

Gaul Emil

## Diáktükör

### Milyenek látják kortársaik ízlését az iparművész-hallgatók?

A Moholy-Nagy Művészeti Egyetem iparművész-rajztanár szakos diákjainak érdeklődését felkeltette kortársaik életformájának, ízlésének tudományos vizsgálata. Jobb kalauzokat el sem lehet képzelni, mint ezeket a még fiatal, de már szakértő, kényes ízlésű ifjú művészeket. De még ezek a szabadságban felnőtt, interneten szocializálódott, a sorsukat Európában kereső egyetemisták is arról számoltak be, hogy kulturális szakadék tátong köztük és a tizenévesek között. Az így „leöregedett” ifjú kutatók tolmácsolásában is újdonságként hat, hogy a bordó körmű, tüllszoknyás, felső tagozatos lányok japán mintát követnek. Vagy hogy a huszonevesek ennyire szeretik a természetet, és hétvégéken nem csak füstös romkocsmákban nyakalnak. Az a megállapítás is mellbevágó, hogy a fiatalok sokféle „törzsi” viselete mennyire egyforma anyás érzelmeket és konzervatív felfogást takar. A rajztanítás iskolai megújításáért küzdő középgeneráció és idősebb harcos-társaik most tudomásul kell hogy vegyék: a vizuális kultúra élete az internetes ifjúsági honlapokon forrong, a diákok alkotókészsége meg digitális fényképezéssel csiszolódik, és már kevesen tudnak elcsöndesedni a parasztkék ceglédi kanna ellipsziseinek rajzolása közben.

Húsz évet töltöttem az Iparművészeti Főiskola<sup>1</sup> Tanárképző Tanszékén, ahol olyan iparművész-hallgatókkal dolgoztam, akik a rajztanári szakot is<sup>2</sup> felvették. A tanszéken figyeltünk a hallgatók, leendő tanárok személyiségére, ezért hangsúlyt fektettünk annak fejlesztésére. Pszichológiai és pedagógiai tanulmányaikat lehetőleg aktuális lelkiállapotuknak megfelelően próbáltuk elrendezni a tantervben a rendelkezésünkre álló öt év alatt. Az elsős hallgatók a felvételi mámorában úsztak, ugyanis ezer-kétezer jelentkező közül kerültek a száz kiválasztott közé, de az első iskolai feladatok és az ezekkel járó nehézségek után elbizonytalanodtak: Most zseni vagyok, vagy közepes képességű? – merült fel bennük a kérdés. És segített válaszolni a Személyiségpszichológia tantárgy. Az egyetemi hallgatói csoporttudat kialakulásával együtt felmerült bennük egy másik kérdés is: Ki vagyok én másokhoz képest? És erre a kérdésre az Ifjúságszociológia tantárgy válaszolt. Ifjúságszociológiát tanítani bűn lett volna csupán könyvek és előadások alapján, amikor a hallgatók kortársaik körében élnek. Hogy az iskolai tanulmányokat saját tapasztalattal erősítsük meg, terepmunkára hívtuk

1 Később Iparművészeti Egyetem, ma Moholy-Nagy Művészeti Egyetem.

2 Hivatalos elnevezése: Vizuális és környezetkultúra tanár.

a hallgatókat, például a Diákszigetre, hogy bekapcsolódjanak az ott folyó ifjúságkutatásba.<sup>3</sup> Egy másik munkában, „Az ifjúság ízlése” kutatásban<sup>4</sup> huszonötven vettek részt. Néhányan saját érdeklődésük mentén választottak témát, és voltak olyanok, akik a szakdolgozatukat is az ifjúságkutatás tárgyában írták. A következő oldalakon ezekből mutatunk be néhányat, rövidítve.

A különmunka haszna több mindenben jelentkezett. A diákok tapasztalatot szereztek a kutatómunkában, például hány adatot kell összegyűjteni ahhoz, hogy egy feltételezést igazolni tudjunk. Kimondottan szakmai tanulással szolgált például a ruhatervező szakosoknak az ifjúság öltözködésének tanulmányozása, mert jövőre megrendelőik ízlését ismerhették meg testközelből. Hasonlóan hasznosnak bizonyult az építészhallgatók számára a fiatalok térhasználati szokásait vizsgáló „Budapesti fiatalok szórakozóhelyei” kutatás.

A szakmai tanulások mellett nevelési hozadék is volt a munkának. És most nem az önkéntesen szerveződő csoportok önismeret-gazdagító, szociálisérzék-fejlesztő hatására gondolok, vagy arra a motiváló erőre, hogy a munkának nem csupán egy osztályzat megszerzése volt az eredménye, hanem egy valós cél, egy kutatási jelentés, egy mások érdeklődésére is számot tartó produktum létrejötte. A nem várt eredmény az előítéletesség kezelésében mutatkozott. Az emberek általában idegenkedve nézik a tőlük különböző csoportokat, egyéneket, és ez alól természetesen az iparművész-hallgatók sem kivételek. A terepmunka során személyes kapcsolatba kerültek tőlük eltérő ízlésű, eltérő szociális helyzetű, más sorsú kortársakkal. Megismerték a mintában szereplő személyek társas kapcsolatait, értékválasztását, és az adatfelvétel, beszélgetés közben átértékelték a másik döntéseinek indoklását és igazságát. A kutató hallgatók érzelmei gyakran túlcaptak a megértésen és elfogadáson, nemegyszer megszerették a „vizsgálati személyt”. Tapasztalataim szerint a közös kutatómunka nagyon előnyös volt a diákok tanulása és érése szempontjából. Meggyőződésem, hogy a tanulók megismerése, az osztálytermi lehetőségeken túli mélységek feltárása nemcsak a tanárképzős diákok, hanem a gyakorló tanárok számára is hasznos lehet. Ahogy a ránk hagyományozott kultúra átadását végezzük, magától értetődő az érdeklődés és igény bennünk, tanároknak arra, hogy diákjaink életét, problémáit mind mélyebben és átfogóbban megismerjük. Egyben az irántuk mutatott érdeklődés hitelesít bennünket legjobban, és ez ösztönzi őket leginkább a világ hasonló megismerésére.

3 GÁBOR KÁLMÁN – GAUL EMIL – SZEMERSZKI MARIANNA: Trendek a szigetkutatásban. *WEB, a Max Weber szociológiai szakkollégium lapja*, 2006. 1–2. Kolozsvár, 9–35.

4 A kutatás az Országos Tudományos Kutatási Alap támogatásával jött létre (OTKA 2005/F 61 405). Kutatóhallgatók: Ambrus Noémi, Bagdán Erika, Bakos Kata, Csóka Ágnes, Dániel Péter, Geisbühl Tünde, Kóvári Júlia, Lázár Zsuzsanna, Lukács Gyöngyi, Micheller Erzsébet, Nagy Júlia, Némethné Foki Ildikó, Péter Natália, Rabb Tímea, Reményi Brigitta, Simon Tünde, Szörényi Tamás, Tóth-Vásárhelyi Réka, Völgyesi Attiláné, Vörösné Péter Mária. Kutatási titkár: E. A. Németh Márta, statisztika: Tóth Attila, adatrögzítés: Rablóczy Györgyné, képszerkesztő: Veisz Kata. Szakértők: Bicsérdi Ágnes, Bíró Titanilla, Huszti Andrea, Kóvári Júlia egyetemi hallgatók. Bővebben: GAUL EMIL: Ismerjük még diákjainkat? A középiskolás korúak öltözködése, kulturális ízlése és értékei egy országos ifjúságkutatás tükrében. *Iskolakultúra*, 2008. 11–12. sz. 89–101.

## Budapesti középiskolás fiatalok térhasználati szokásai<sup>5</sup>

Kutatásomban arra kerestem választ, hogy milyen terekben töltik szabadidejüket a mai középiskolás fiatalok mint a fogyasztói társadalom jelentős tényezői. Milyen kapcsolatban állnak a térrel, és milyen tulajdonságokkal rendelkeznek az általuk kedvelt környezetek? (Érdekes kérdés, hogy az új médiumok és az internet elterjedése azt eredményezte, hogy akár több „helyen” is lehetünk egyszerre: otthon, de egyben egy virtuális szociális térben is.) A felmérést anonim kérdőívvel végeztem két budapesti középiskolában.

Egy adott környezet kialakítása, téri struktúrája alapvetően meghatározza a benne zajló folyamatokat és eseményeket. Vajon milyen forgatókönyv szerint zajlanak az események a különböző stílusú szórakozóhelyeken, miért lehetnek fontosak ezek a környezetek egy fiatal életében?

Az emberek kedvenc helyválasztásaikat gyakran az *érzelemszabályozás* leírásával indokolják (például egy park, ahová azért jár valaki, mert ott derűsebben látja a világot). A *helyidentitás* fontos szerepet tölt be az önszabályozás és az érzelemszabályozás környezeti stratégiáiban, az ember pszichológiai jóllétében fontos szerepe lehet a helyidentitás alakulásának. Tudnunk kell fenntartani egy (vagy több) pozitív helyidentitást mint az énienditás részét (amelyhez biztonság és szabadság érzése kapcsolódik), másrészt törekszünk cselekedeteink és a minket jellemzően körbevevő fizikai-szociális környezet minél jobb illeszkedésére. Az otthon szereplői és tárgyai, az otthonnal kapcsolatos cselekvések éppen időleges hiányukkal tudatosítják bennünk jelentőségüket.

Az épített környezet szocializációs szerepe egyértelmű, tervezésekor számos olyan tényezőt kell figyelembe venni, amely használóihoz igazodik. Különösen akkor, ha ezek a használók fiatalok. A belső épített környezet jelenlétével szabályoz és meghatároz.



Zöld Pardon. Kifejezetten alkalmas tér a „kóválygásra”, azaz az ember csak lézeng ide-oda, jön-megy (sokan ezt csinálják), közben meg lehet figyelni egymást, lehet ismerkedni, el lehet lenni hajnalig...

Fizikai létével befolyásolja az „ott és akkor” interakcióját, továbbá az általa képviselt „üzenet” internalizációjára és értelmezésére ösztönzi a jelenlévőt. Nemcsak a szocializáció színteréül szolgál, hanem létre is hozza azt.

Figyelem-helyreállítási elméletek szerint<sup>6</sup> a kedvenc helyek a figyelmi folyamatok optimalizálásán keresztül töltenek be kulcsszerepet az érzelmek szabályozásában, mivel az alábbi tulajdonságokkal (ezeknek az egyén számára kielégítő mintázatával) rendelkeznek.

<sup>5</sup> Tanári szakdolgozat. Moholy-Nagy Művészeti Egyetem, Tanárképző Tanszék, 2008. Az irany.hu című vizuális nevelési folyóiratban megjelent cikk alapján készült, kis átdolgozással.

<sup>6</sup> A szempontsor alapja: DÜLL ANDREA – DEMETROVICS ZSOLT (2007): A helyfogyasztás színterei: a bevásárlóközpontok környezetpszichológiai, kontextuális elemzése. Budapest.

- **Távollét** ▪ A hely pszichológiai távolságot nyújt a hétköznapi rutincselekvésektől és a szokásos szociális közegetől: inkább mentális, jelentésbeli távolságot jelent, azonban a problémától való pszichológiai eltávolodást a környezet fizikai ingerei segítik.
- **Gyönyörködtetés** ▪ A hely képes megerőltetés nélkül lekötni az egyén figyelmét (bizonyos tulajdonságaival, pl. színek, hangok, természeti elemek) anélkül, hogy szellemi erőfeszítést követelne tőle. A „lágy gyönyörködtetés” alacsonyabb intenzitású, esztétikailag kellemes ingereket jelent, amelyek nem gátolják a személy reflexióképességét. A „kemény gyönyörködtetés” intenzív bevonódást idéz elő, amely kevés teret hagy a gondolkodásnak (pl. intenzív élmények egy vidámparkban vagy épp a plázában).
- **Kiterjedtség, tágasság** ▪ A környezet könnyen észlelhető koherens egészként, de elég nagy léptékű ahhoz, hogy explorációra hívjon: sokkal több felfedeznivalót ígér, mint amennyit azonnal érzékelni lehet. Ez a tulajdonság a plázákban szorosan összefügghet a csellengéssel.
- **Beilleszthetőség** ▪ Fontos a környezet jellemzői és a személy szándékai, hajlamai közötti megfelelés mértéke, azaz „a környezetnek illeszkednie kell ahhoz, amit a személy éppen tenni próbál, és ahhoz, amit tenni szeretne”.



Szimpla kert. Az egész helyről elmondható, hogy nagyon karakteres stílusa van (romkocsmajleg), de ezeken a határokon belül elég változatosak az egyes részei (gyönyörködtetés), és a zerguzog téri szerveződés felfedezésre ösztönöz (kiterjedtség). Ez inkább egy nyugodt, beszélgetős hely, nincs tánctér, az emberek üldögélnek és iszogatnak.

Összességében a *természeti tájak* rendelkeznek leginkább helyreállító hatású tulajdonságokkal, ezért kedvenc és helyreállító környezetként is ezeket választják felnőttek és fiatalok egyaránt. Ugyanakkor érdemes végiggondolni, hogy a *plázák* is hordozzák az említett tulajdonságokat. A résztvevők viselkedése tulajdonképpen behatárolt a környezet által nyújtott lehetőségek szintjén.

A fiatalok számára a bevásárlóközpontok viszonylag biztonságos környezetnek tekinthetők, amely egyszerre biztosít izgalmat és elvonulást. Feltételezhető azonban, hogy a bevásárlóközpontok – amellet, hogy a szabadidő-eltöltés színterei – egyúttal felerősítik a szubjektív elégedetlenség érzetét. A fiatalok mindennapi valós életének gyakori sivársága



Erzsébet tér, park. A város szívében elhelyezkedő városi park, megnyugtató zöld terület, ahova el lehet menekülni a város nyüzsgése elől (távollét).

fiatalok elsősorban az olyan környezetekhez vonzódnak, amelyek érdekesek, felfedezhetőek, valamint illeszkednek az elvárt hangulati szint (arousal) fenntartásához az általuk nyújtott szolgáltatások tekintetében. Így tehát a bulizás helyszínei általában arousalnövelők, míg a természeti környezeteket arousalcsökkentő, megnyugtató hatásuk miatt keresik fel gyakran a fiatalok. Emellett a társaság kiemelten fontos tényezőként van jelen a szabadidő eltöltésében, és arra nézve is kaptunk megerősítő adatokat, hogy az otthoni internethasználat során is folyamatos társas interakciók folynak.

Kiemelném a kérdőív egyik érdekes kérdését: a „Hol érzed igazán jól magad?” kérdésre a tipikus válasz a „Barátaimmal bárhol” volt. Érdekes, ahogy egy helyszínre vonatkozó kérdést átfordítanak egy szociális téri helyzetre. A megkérdezett középiskolások számára tehát a legfontosabb hely a barátok mellett van (36%), ezt követi az otthoni környezet (20%) és a természet (12%), míg a koncert és a tévé csak 1-2%-ot kapott. Ebből is jól látszik, milyen nagy jelentőségű e korosztály számára a társasági kapcsolatrendszer.

Tulajdonképpen általánosan elmondható a kérdőívek alapján, hogy a vizsgált fiatalok esetében inkább a szociális, mint a fizikai környezet határozza meg azt, hogy milyen közegben érzik jól magukat. A vizsgálat szerint a legkedveltebb helyszínek a klubok (barátokkal), a parkok (barátokkal) vagy otthon egyedül (talán virtuális barátokkal).

A kedvenc helyek és a feltöltődés között további összekötő kapocs lehet az a tendencia, mely szerint a természetes helyek jelentős hányadot képviselnek a kedvenc helyek között. Bizonyítékok tömkelege támasztja alá azt az elképzelést, hogy a természetes helyek feltöltődést nyújtanak. Negatív előzményeket – például stresszt – követően összehasonlították a természetes és az épített környezet hatását, s azt találták, hogy előbbi nagyobb fiziológiai változásokat idéz elő például az izomfeszültségben és a vérnyomásban, valamint a negatív érzelmek, mint a félelem, düh és szomorúság csökkentésében, emellett a megújulás élményének magasabb szintjét teremti meg.

és a plázák csillogása közötti kontraszt a segédeszközöket is igénybe vevő élménykeresés motíválója lehet.

Összegezve: a jelen kutatás is megerősíti a korábbi eredményeket arról, hogy a fiatalok téri preferenciáiban valóban fontos szerepet játszanak a környezetek restoratív (helyreállító, feltöltődést adó) tulajdonságai, ezek közül is kiemelten fontos természetesen a zene, amelyről kiderült, hogy valóban meghatározó a helyszínválasztásokban, valamint a környezet *kiterjedtsége* és *arousal-* (pszichológiai fogalom: éberség, izgatottság, készenléti állapot) befolyásoló hatása is fontos szempont. Megállapítható tehát, hogy a

A gyerekek és felnőttek kedvenc helyeit vizsgáló kutatások növekvő sora támasztja alá az önszabályozás elméletét, másképp fogalmazva a preferált helyek és az élmények dinamikáját alkotó önszabályozás elméletét. A környezeti önszabályozás elmélete azt állítja, hogy maga a fizikai környezet képes beindítani és befolyásolni az én és az érzelmek szabályozási folyamatát. Ezt láthatjuk tulajdonképpen a vizsgált fiatalok esetében is, amikor is szabadidejükben azokat a környezeteket részesítik előnyben, amelyek az általuk éppen elvárt hangulati hatást fejtik ki rájuk.

Sulyok Levente

## **Virtuális önreprezentáció kamaszokban<sup>7</sup>**

A virtuális térben kialakult kapcsolatok felszínesek ugyan, de éppen a kötetlenség és kötelezettségnélküliség okán kedvelt a fiatalok körében. Az arc nélküli kommunikáció könnyebben felvállalható egy gátlásokkal küzdő kiskamasz számára, mint a hagyományos kapcsolatok. A digitális önreprezentáció megkönnyíti az ismerkedést a tér és az idő áthidalásával, de pont az esetleges távolság és az eltérő életritmus nehezíti a kapcsolatok elmélyülését.

Az önmagunkról mutatott kép már nem csak a fizikai valóság síkján létezik, szép lassan megszületik virtuális énképünk, melyet mi kreálunk magunknak. Míg a középkorban az uralkodók az udvari festőket bízták meg egy „megbízható, kegyelmes király” képének a megfestésével, addig napjainkban mi lehetünk önmagunk reprezentatív portréfestői. Annak idején ez egy festővászonon jöhetett létre, manapság egy digitális felületen is megvalósulhat.

A kiskamaszok (9–12) érzelemgazdag témái, az önkritikus kamaszok (12–14) elégedetlen, valóságghűségre törekvő attitűdje után az „elhatározások korában” megjelenik a szimbólumok általi önkifejezés (14–17). Az identitás kialakítása, önmaga megalkotása, önreprezentációja az egyik legfontosabb feladat a kamasz számára. A hagyományos rajzi eszközök (mivel ügyetlennek tartják magukat) ebben már nem tudnak segíteni, ám a digitális médiumok a kudarcokat áthidalva segíthetnek teret adni egy újfajta önkifejezésnek.<sup>8</sup> Módja van a gyerekeknek azt és úgy megmutatni, ahogy azt ő szeretné, illetve ahogyan arra digitálisan lehetősége van.

Kutatásom során három budapesti középiskola (Fazekas Mihály Általános Iskola és Gimnázium, Képző- és Iparművészeti Szakközépiskola, Kossuth Zsuzsa Egészségügyi Szakközépiskola) 10. osztályos tanulóinak azokat a képeit vizsgáltam, amelyeket egy magyar kapcsolatépítő weboldalra töltöttek fel (iwiw – international who is who). A képeket téma-választás és motivációs szempontok szerint kategorizáltam. Vizsgáltam, hogy milyen meg-

<sup>7</sup> Tanári szakdolgozat. Moholy-Nagy Művészeti Egyetem, Tanárképző Tanszék, 2007.

<sup>8</sup> „A kamaszt elkedvetleníti a primitív és naiv színvonal, amellyel alkotni képes. Megzavarja, mekkora különbség van aközött, amit produkál és aközött, ami szerinte elfogadható mint művészi produktum. – Ezt az ellentmondást művészeti horizontjának kiszélesítésével hidalhatjuk át. Minél többet lát a modernkor lendületes, friss festőiségéből, annál több új lehetőségre ébred rá.” (LÖWENFELD, VICTOR: *Creative and mental growth*. The Macmillan Company, New York, 1970.)



Cintikével a mosdóban (Kossuth)

Csalóka kép: A fotón látszik, hogy a mobil lát minket a tükörben. De hogy kerültek oda a szívek?

tag), és csak így regisztrálhat a felhasználói felületre, ahol egy keresőrendszer segítségével felkutathatja régi és jelenlegi ismerőseit és azok ismerőseit. Egymás felismerésére kitölthetünk egy űrlapot, ezen egyéb adatainkon kívül megjelölhetjük iskoláinkat, és írhatunk egy rövid „mottót” magunkról. És ami kutatásom szempontjából a legfontosabb, képeket tölthetünk fel magunkról, családunkról, esetleg különleges alkotásainkról.

A virtuális térben önmagunkat reprezentáló oldalakon is nyilván csak olyan képeket fogunk megjelentetni, amelyek tetszenek nekünk, és amelyeket mi elképzeltünk. Hogy ezeket a fotókat/rajzokat/montázsokat mi készítjük magunkról vagy valaki más rólunk, valójában mindegy. Mi rendelkezünk megjelenítése felett, vagyis eszerint fogjuk magunkat láttatni.

A képeket elsőként *témaválasztás* szempontjából vizsgáltam: melyik iskola növendékei milyen témát kedvelnek leginkább és legkevésbé, mely képválasztások tekinthetők „tipikusnak és egyáltalán nem tipikusnak”. 0-tól 10-ig osztályoztam az önarcképen kívül a család, a barátok, a rajongás tárgyának megjelenítését, a kirándulós, állatos fotókat, a szerelmes képeket, és külön megnéztem, milyen arányban szerepelnek olyan fotók, amelyek ezektől eltérnek: saját munkákról, alkotásokról készített fényképek. Ez utóbbi kategória kapta az „egyéb” elnevezést. Tehát ha valakinek az összes fotója csak önmagáról szól (önarcképek), akkor az „én”-re kap a legtöbb pontot. Ha azonban valaki saját munkájáról, alkotásáról, megfeythetetlen kompozíciós képeiről tesz fel sok képet, viszont más témában semmit, akkor csak az „egyéb”-re kap pontot. Az elemszám



KinGUCCI a fűben (Kossuth)

oszlásban használnak digitális átformálási lehetőségeket ezen a területen, s hogy így mennyivel és hogyan tudnak „többet” megmutatni magukból. Érdekelt, milyen formai azonosságokat és különbségeket láthatunk ezek és a hagyományos rajzi eszközökkel készült rajzaik között, például amelyek a „Milyen tárgy lennél?” című feladat hozadékaként készültek.

A legnagyobb hazai internetes „közösségi” oldal az elmúlt fél évben meghatározó jubileumhoz érkezett: a regisztrált tagok száma elérte a hétszázötvenezeret. Az iwiv-oldalra az ember kap egy meghívót valamelyik régi ismerősétől (aki már

és a mintavétel miatt ezek az eredmények természetesen nem reprezentatív jellegűek, csak tendenciákat jeleznek.

A témaválasztást tekintve a következőket tapasztalhatjuk a feltöltött fotók alapján: mindhárom iskola tanulóinak önmagukról készült képeket töltöttek fel a leggyakrabban, ami önmagában még nem jelent semmit, hiszen a honlap alapvetően erre lett kitalálva. Különbséget láthatunk viszont a *barátok* megjelenítésében: ez a Fazekasba és a Kossuthba járók második legkedveltebb témája, ám a Kisképzősöknél csak az 5. helyen áll. Az ő esetükben a második legfontosabb az „egyéb” kategória lett (saját alkotások, montázsok, tervek, különös fotók stb.).

A továbbiakban kíváncsi voltam, hogy az „egyéb” kategóriába sorolható fotók hogyan oszlanak meg e három iskola között, ki hogyan tudja kihasználni ezt az „egyszemélyes digitális galériát”. Érdekelt, hogy a sok kép közül milyen arányban szerepelnek olyanok, amelyek valamilyen különlegeset akarnak bemutatni, valami kevésbé tipikus, legyen az saját rajz, festmény, kézimunka, bármi, ami másra nem lehet jellemző. Ezen belül is megvizsgáltam, milyen arányban találkozhatunk digitális „nyomokkal” a különleges képek körében, vagyis mennyire élnek a diákok a digitális eszközök adta lehetőségekkel.

Az iskolai vizuális nevelés hatása mindhárom intézmény tanulóinak képein erősen érződik. Itt nyilván más szempontokat kell figyelembe venni, mint a hagyományos rajzi eszközökkel készített képeknél, viszont fel lehet állítani egy olyan értékelő szempontsort, amely legalább kísérletet tesz ezek objektív vizsgálatára. Ilyen lehet a kompozíciós megoldás – ezen belül is a ritmus, az egyensúly, a szimmetria/aszimmetria kérdése –, a színhasználat, a technikai kompetencia (Paint, Photoshop, CD, Illustrator stb. használata), az eredetiség, az összhatás és nem utolsósorban a címadás kérdése.

A kossuthos diákok a többiekénél sokkal kevesebb egyéni alkotást állítanak ki a virtuális közegbe, amelyekkel önmagukat tudnák reprezentálni. A fazekasos tanulók digitális képei között ugyanolyan kiváló alkotásokat találhatunk, mint művészeti iskolás kortársaiknál. Eredetiség kérdésében is a fazekasosok képeit emelném ki. Itt



Kék fény (Kisképző)  
A szem árnyékban marad, csak a száj és az orr jellemez sejtelmesen.



Kuki kentaúr (Kisképző)  
A fénykép sutasága majdnem elhitheti, hogy a kentaúr valódi...



Mosoly (Kisképző)  
Az elmosódó mosolya a háttérbe simulna, ha nem tudnánk, elől van.





C'est moi – ez én vagyok (Fazekas)  
A test elevenségét a fal és a sakktábla-  
minta merevsége domborítja ki.

ugyanis azt vehetjük észre, hogy mind a hagyományos rajzaikon, mind a digitálisakon hihetetlenül eredeti ötletekkel találkozhatunk. Érdekes viszont, hogy a fazekasos és a kossuthos lányok több digitálisan átformált képet töltenek fel, mint fiú társaik. Egyedül a Kisképzőben van fordítva ez, ahol inkább a fiúk élnek ezzel a lehetőséggel. Az összes kép viszonylatában viszont azt láthatjuk, hogy a fiúk és a lányok ebben az iskolában alkalmazzák a legnagyobb arányban a digitális átformálás lehetőségét (55 és 66% !!!).

Ezekből a tényekből is láthatjuk, hogy bár az egyik gimnáziumban csak heti 1 x 45 perc áll rendelkezésre a gyermekek vizuális nevelésére, munkáik mintha arról tanúskodnának, hogy a rajzórai képzésen túl is nagyon nagy hatás éri őket. A hagyományos rajzi eszközökkel készült munkák minősége valóban függhet a rajzórák számától, ám valami más okot kell keresnünk annak megállapítására, hogy miért így alakul a digitális alkotások minőségi eloszlása.

Fontos figyelembe venni, hogy míg az iskolában a rajzórakon tanári felügyelet és korrektúra van, addig az otthoni digitális képalkotás magányos műfaj, ahol az alkotó minden befolyás nélkül fantáziájára támaszkodhat.

Úgy tűnik, mindhárom iskola diákjai szívesen próbálgatják a különböző grafikai programok lehetőségeit, funkcióit. Olyan kompozíciókat láthatunk egy-egy képen, amelyenkre nem számíthatunk a hagyományos rajzaik alapján: meglepő tárgyak beillesztése a képtérbe, ami felborítja az alapfotó harmonikus szimmetriáját, különleges színvariációk egy-egy önarcképre, furcsa ritmusú kompozíciók konkrétumok mellőzésével.

\*

Összegzésként fontosnak tartom felhívni a figyelmet a diákok önmagukat bemutató, sajátos vizuális nyelvezetű képeinek (esetünkben honlapjainak) folyamatos vizsgálatára, ugyanis ennek hiányában nem fogjuk pontosan érteni, mit és miért tesznek, illetve mi van aktuálisan az érdeklődésük középpontjában. Amilyen gyakran váltogatják a gyerekek a fotóikat és a saját alkotásaikról készült képeket a honlapjukon, olyan gyorsan változik belső világuk, amivel persze nehéz lépést tartani. Fontosnak tartom a klasszikus rajzoktatás továbbörökítését is, ugyanakkor elkerülhetetlennek az új technikák alkalmazásának integrálását a vizuális nevelésbe, hiszen úgy érzem, a diákok akkor fogják csak igazán értékelni a hagyományos megoldásokat, ha látják, hogy tanáraik partnerek tudnak lenni azokon a területeken is, amelyeket korábban a barátaikon kívül lehet, hogy senki előtt nem mertek felvállalni.

Kőházi Mária

## Fotózó kamaszok, avagy a 14–18 éves korosztály fotózási szokásai az információs társadalomban<sup>9</sup>

*Információs csatornák és ifjúsági kultúra  
az iskola falain innen és túl*

Diplomázó rajztanárként kíváncsi voltam a középiskolások vizuális kultúrájára, és ehhez megfelelő témát kerestem. Elsősorban azért választottam a fotózást, mert az a kamaszok elég széles körét érinti, hiszen 90%-uk fotózik valamivel: mobiltelefon kamerájával, digitális géppel és nagyon kevesen analóg géppel. A fotózás „demokratizálódása” (FLUSSER 1991) már korábban elkezdődött, de a digitális technológia fejlődése, ezáltal az olcsó, digitális gépek, illetve az elérhető áron megvásárolható kamerás mobiltelefonok megjelenése, nem utolsósorban az internet iskolai és otthoni elterjedése jelentette az áttörést.

Az alapkérdés tehát: mit fotóznak a kamaszok, mivel fotóznak, és mit kezdenek a fotóikkal. Itt lép a képbe a világháló. Érdekel, milyen kapcsolat van az internethasználat és a fotózás között, felteszik-e a fotókat a világhálóra, letöltenek-e képeket róla, azokat felhasználják-e saját fotóik megalkotásakor, esetleg csak ötleteket gyűjtenek, tanulnak belőlük. Felmerül a hogyan kérdése is (hogyan fotóznak a kamaszok) és az, hogy ki miért fotózik, tehát a fotózás megközelítése filozófiai oldalról.

A kutatás módszere a kérdőíves kikérdezés. A hagyományos és digitális kérdőívet statisztikailag, illetve tartalomelemzéssel dolgoztam fel. A számomra fontos kérdésekről beszélgetést is szerveztem. A minta nem képviseli a magyar 14–18 éves korosztály egészét, noha elég tágas, több ezer főre kiterjedő minta fókuszálásával választottam ki a megkérdezetteket. A mintán belül három különböző csoportot vizsgáltam.

1. Hobbiszinten vagy annál kicsit komolyabban fotóznak, és rendszeresen használják az internetet (50 fő).
2. Gimnazisták és művészeti szakközépiskolások (40 fő).
3. Felteszik a fotóikat valamelyik fotósoldalra, illetve rendszeresen indulnak fotópályázatokon (70 fő).



Ács Eszter (16): Ich liebe Dich Strasse

<sup>9</sup> Tanári szakdolgozat. Moholy-Nagy Művészeti Egyetem, Tanárképző Tanszék, 2007.

A válaszolók az ország különböző településein élnek, háromnegyedük város lakó, és mindannyian gimnáziumba, illetve szakközépiskolába járnak. Ebben az ismertetőben nem fogok kitérni a csoportok közötti különbségre, inkább megpróbálom minél plasztikusabban jellemezni a kamaszok fotózási szokásait.

## A KULTURÁLIS HÁTTÉR

Napjaink különböző társadalmi mintái és értékei testet öltenek az ifjúsági kultúrában. Ma már sok szempontból az ifjúsági kultúrához igazodik az univerzális kultúra, ugyanakkor folyamatos érték- és mintaváltozáson megy keresztül dominánsan a média és az internet hatására. Az internet, a mobiltelefon, a digitális fényképezőgép elterjedése széles körben már nem a vizuális forradalomhoz, hanem az információs és a digitális forradalomhoz köthető, és elválaszthatatlan a 14–18 éves korosztálytól, amely számára már második osztálytól kötelező a számítástechnika, és médiaoktatásban is részül. A digitális és információs forradalom az úgynevezett harmadik tudásforradalom, amely döntő módon befolyásolja viszonyunkat a képi világhoz.

Az iskolai ifjúsági korszak tehát annak az új kommunikációs formának a melegágya, amelynek segítségével a fiatalok virtuális terek és virtuális közösségek időszakos résztvevőivé válhatnak. Mobiltelefonjukkal vagy az internethez kapcsolt számítógépeikkel, akár napi huszonnégy órán át realtime kapcsolatban állhatnak a számukra fontos vagy érdekes csoportokkal. Itt hivatkozom Nyíri Kristófra (1999), aki állítja: „Minden vonatkozó tapasztalat azt bizonyítja, hogy az odaadó virtuális aktivitás éppenséggel együtt jár az odaadó valós emberi tevékenységgel.” (Tudom, ezzel a kijelentéssel távolról sem ért mindenki egyet, aki a témával foglalkozik.)

## Egy lehetséges magyarázat a fotózás indokaira

„A fogyasztás egyre inkább az egyén szimbolikus vágyait elégíti ki, semmint a család vagy a közösség praktikus, hasznos igényeit. Úgy tűnik, az, hogy kik vagyunk, egyre inkább azon keresztül kezdett jelentést nyerni, hogy mint egyének mit birtoklunk: az anyagi javak lettek a személyes és társas identitás szimbólumai.” Az ily módon jellemzett embertípusnak Riesmann (1983) a *kívülről irányított karakter* nevet adta, jelezve ezzel a külső viszonyítási pontok (pl. a tömegkommunikáció által sugallt értékek, birtokolt javak) jelentőségének növekedését az itt említett közösségi megerősítést



Krizsán Lili (14): Hajnalban

„A fotózás azért fontos nekem, mert sokszor gyönyörködöm a világban, és bizonyos pillanatokot csak egyszer lehet megélni, máskor nem. Továbbá a gépen keresztül olyan hangulatot, érzéseket lehet közölni, amit másképp nehezen. Bizonyos dolgokat más dimenzióban lehet megjeleníteni.” (16 éves fiú)

igénylő cselekvők között. A tinédzserek sem kivételek ezalól. Konkrétan a fotózás kapcsán *Montvai Attila* (1985) írja, hogy általánosan elterjedt fényképezési attitűd, hogy a látottakat begyűjtjük: az ilyen jellegű fotózás célja a látvány birtoklása. Az, hogy hol jártunk és miket fotóztunk, egyfajta státuszsimbólummá válik. A státuszsimbólum nemcsak a társadalmi pozíció azonosításában jelentős tényező, de kifejezi az egyén életstílusát, személyes és kulturális értékeit is. Ez az esetünkben azt jelenti, hogy a kamaszok a státuszuk biztosítása érdekében fotóznak: voltam nyaralni a horvát tengerparton, megvan a fényképe a legjobb fej osztálytársamnak stb.

## A FOTÓZÁS FEJLESZTŐ HATÁSA

A fotózás a gondolkodás, önismeret, térszemlélet, vizuális kifejezőképesség és elemzőképesség fejlesztésében játszik szerepet, amint azt a kutatási eredmények igazolják.

A gondolkodás nem pusztán fogalmi síkon történik, hanem képzetekben is. A vizuális gondolkodás áll talán a legközelebb a mentális képekben való gondolkodáshoz. A mentális képekről sokan értekeztek (Wittgenstein, Arnheim), ezek a képek befogadása során is fejlődnek, így a fényképek befogadásában is igen nagy szerepet játszanak.

A fényképezés mint művészeti tevékenység különös módon igen pozitívan befolyásolja az énkép kialakulását és az önismeretet. És itt ne csak a portrékészítésre gondoljunk, hanem arra a folyamatra, amely például fotózás közben zajlik. Melyik téma vonz? Hogyan mutassam be? Milyen környezetbe ágyazzam? Vagy ahogy *Gerbner* (2000) fogalmaz: a serdülők médiahasználata az aktív önszocializáció egyik legjellemzőbb példája. Ők a médiumokat gyakran önmaguk meghatározására használják. *Arnett* (1995) szerint a serdülők médiahasználatára legjellemzőbb öt sajátosság az identitáskifejezés, az élménykeresés, a szórakozás, az ifjúsági kultúrával való identifikáció és a megküzdés. Az iwiwen szereplő bemutatkozások ezt igazolni látszanak, gondolok itt elsősorban az identitáskifejezésre és az élménykeresésre.



A vizuális képességek fejlődése kapcsán sok írás született a rajzi fejlődésről. Kifejezetten a fényképezés és a kreativitás összefüggéseiről nincs adatom, viszont az a tapasztalat, hogy a fejlett vizuális képességekkel rendelkező kamaszoknak fejlett képi gondolkodásuk van, és ezt a vizuális művészetek legkülönbözőbb területein képesek alkalmazni. Nem gondolom, hogy a fényképezés hatékonyabban segíti elő a kamaszok fejlődését, mint például a rajzolás vagy a szobrászkodás, inkább azt

Kovács Gabriella (16) fotója: devianart.com

„Céлом, hogy a fotózással tökéletesen ki tudjam fejezni magam, egyelőre még csak a gondolataimat igyekszem képekbe önteni. Két dolog van, amit nagyon szeretek fényképezni: tükröződések és árnyékokat... Ezek nagyon kifejezők, és könnyű velük gondolati útra terelni a képet.” (16 éves fiú)

hiszem, hogy vannak olyan kamaszok, akik fejlett vizuális képességekkel rendelkeznek, és nem tudnak jól rajzolni, ami elveheti a kedvüket. És ebben az esetben itt van a sikert kínáló eszköz: a fotózás. A vizuális fantázia megnyilvánulási lehetőségei igen széles körűek, és a diákoknak látniuk kell a teljes palettát ahhoz, hogy választhassanak. A fényképezés és a minőség kérdésével foglalkozik *Féjja Sándor* (1975), aki szerint: „Nem minden fényképező ember rendelkezik az alkotó személyiség sajátosságával. Viszont az, aki az egyszerű emlékek megörökítésén túlmenően fotószerűen ábrázol: közölnivalóját sűrítetten, lényegét hangsúlyozóan jeleníti meg, az már alkotói sajátosságokat hordoz.” És ez igenis hozzájárul saját fejlődéséhez.

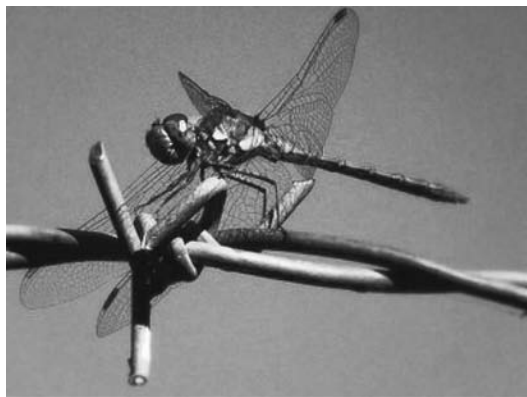
„...képekben látom a dolgokat... Ebből adódóan szeretem a dolgokat kívülről megfigyelni s nem belefolyni mindenbe (nagyon nehéz onnan reálisan látni). Szótlan, visszahúzódo. Aki benne van, az ilyennek lát.” (18 éves fiú, művészi szinten fotóz négy-öt éve)

## A KÉRDŐÍVRE ADOTT VÁLASZOKBÓL

A válaszadó, fotózó középiskolások nagy többsége digitális géppel és mobillal egyaránt dolgozik. 20 százalékuk csak a mobilját használja, és kevesebb mint tizedük fotózik filmes kamerával. (Háromnegyedük otthon is használhat számítógépet.) A fiatalok túlnyomó többsége hetente többször is fotózik, kevesen vannak, akik gyakrabban vagy csak alkalmasszerűen fényképeznek. A mit fotózol? Milyen témákat kedvelsz leginkább? kérdésre érkezett válaszok szerint a korosztálynak messze a legfontosabbak az emberek, még hozzá életkép formájában. Ezt követik a tájképek, a bulik és utána az állatok, a kedvencek. Az eredmény megegyezik az iwiw-kutatásával.

Saját magukon kívül a barátoknak és a családtagoknak készítik a fényképeket a fiatalok, és az internetre csak tizedük teszi fel.

Érdekes, hogy miután elkészítették a képet, legtöbben megnézik, megmutatják, majd elrakják, és nem foglalkoznak vele többé. Csak kevesen alakítják tovább, és még kevesebben indulnak pályázaton velük.



Pillanatkép. Pató Zsuzsanna, 17 éves

A szögesdróról nekem az jut eszembe, hogy azzal valamit elkerítenek, megakadályoznak, mesterséges és szúr: összességében véve elég negatívan asszociálok. Alapból csúnya, ez itt mégis elég szépen fonódik, új és fényes.

Szóval, ha belegondolok, akkor mást kapok, mintha csak úgy alaptól megítélem. A szitakötő természetes és nagyon szép. Főleg, ha süti a nap és repked. Szóval, pozitívan asszociálok. De ha belegondolok, akkor valójában egy falánk ragadozóról van szó: ellentét. És valahogy ez a két ellentét nekem kicsit párhuzamos.

A válaszadók több mint 60%-a kitevzi az általa készített fotókat a szobája falára. A tizenévesek és huszonévesek körében terjedő divat a nyomatokból, fotókból összeállított jellegzetes szobakellék, a montázsfal. „Sokféléből összeválogatott, összerakott alkotás, amelynek lényege a folyamatos teremtés, alakítás öröme. Nem végleges, befejezetlen, elemei cserélhetők, bővíthetők és új elemekkel kiegészíthetők. Hasonló szerepet játszik, mint egyetlen fénykép. A létrehozó ember értékítéleteit, irányultságait tükrözi, ily módon a montázsfal a pszichikai én fényképe.” (MONTVAI 1985)



Osztetckzy Dorina montázsa

Néhány idézet a válaszokból:

*A szobám dekorációját főképp a fotóim teszik ki, de azonkívül poszterekkel van kidekorálva (16 éves fiú).*

*Szobám falán egy fekete-fehér montázs van a barátaimról (16 éves lány).*

*A szobám meg tele van poszterekkel, de nem emberek (sztárok) vannak rajta, hanem mindenféle állat.. nekem az jobban tetszik... (14 éves lány).*

Egyetlen diák írja, hogy nincs otthon fotóalbum, viszont hozzáteszi, hogy család sincs. A fotóalbum a család elengedhetetlen tartozéka, a fontosabb események tárháza. Az, aki nem fotózza a gyermekét, nemtörődöm szülőnek számít – írja Sontag (1981).

\*

A képeket Szelényi Katalin válogatta.

## IRODALOM

ARNETT, J. (1995): A dolescents' Uses of Media for Self-socialisation. *Journal of Youth and Adolescence*, 25.

ARNHEIM, RUDOLF (1969): *Visual Thinking*. Berkeley: University of California Press.

FÉJJA SÁNDOR (1975): *Fotóművészet és pszichológia*. Népművelési Propaganda Iroda, Budapest.

FLUSSER, VILÉM (1990): *A fotográfia filozófiája*. <http://www.artpool.hu/Flusser/flusser.html#V>

GERBNER, GEORGE (2000): *A média rejtett üzenete*. Osiris Kiadó, Budapest.

MONTVAI ATTILA (1985): *Fotográfia és kultúra*. Kossuth Könyvkiadó, Budapest

NYÍRI KRISTÓF (1999): *Információs társadalom és nemzeti kultúra*. Nemzeti Információs Infrastruktúra Fejlesztési Program Koordinációs Iroda, Budapest. <http://www.mek.iif.hu/porta/szint/tarsad/konyvtar/inftars/infnemz/infnemz.htm>

RIESMANN, DAVID (1983): *A magányos tömeg*. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest.

SONTAG, SUSAN (1981): *A fényképezésről*. Európa Kiadó, Budapest.

Szelényi Katalin

## Ifjúsági csoportkultúrák öltözködési szokásai<sup>10</sup>

A cikkben a magyarországi fiatalok öltözködési szokásait, kultúráját vázoljuk fel és értelmezzük ízlésük és életfelfogásuk tükrében. Mi jellemzi a különböző ifjúsági csoportokat, milyen a szemléletük, értékrendszerük, zenei ízlésük, hogyan jelenik meg a világszemléletük az öltözködésükben, milyen jeleket, szimbólumokat használnak? A vizsgálat középpontjában a divat és a zenei stílusirányzatok állnak, illetve azok a személyek, akikre jellemző az adott irányzat. Azt vizsgáljuk, hogy az adott csoport gondolkodása, életstílusa hogyan jelenik meg az öltözködésükben, amely – mint tudjuk – kiemelten fontos, hiszen az ifjúkor az ember önmagára találásának és identitástudata kialakulásának ideje. Bízunk benne, hogy a vizsgálat eredményei hozzásegítenek ahhoz, hogy jobban megértsük a fiatalokat.<sup>11</sup>

Az ifjúsági csoportok a zenei irányzat szerint:

- A rock alapú zene követői: rockerek és metálосok, szkinhedek és punkok, emók, alternatívok.
- A pop- és az elektronikus zene követői: diszkósok, technosok, house-osok, goasok.
- A hip-hopkultúra követői: hiphoposok, rapperek, drum and bassesek, deszkások, reggae-sek.
- Plázások

A csoportba szerveződés oka, hogy az azonos ízlésvilágúak, az azonos módon szórakozók összetartanak, és megkülönböztetik magukat a többi stílustól, amelyek követőivel esetenként összeütközésbe is kerülnek (pl. a punkok és a szkinhedek). A választott zenei irányzatok nagymértékben befolyásolják a fiatalok gondolkodásmódját, öltözködését, a szabadidő eltöltését. Az egyes csoportokat jellemző, illetve megkülönböztető értékek leolvashatók az öltözetről; és a zenei, kulturális, esetleg fogyasztói szokások mindezt alátámasztják.

## A ROCK ALAPÚ ZENE KÖVETŐI

### A rockerek és a metálосok öltözete

Fekete szín és az acélbetétes bakancs – e stílusok alapja, de leginkább a metálосokra jellemző. Általában szeretik a bőrből készült holmikat, mellényeket. Az öltözet egyértelműen a zenei ízléshez kötődik, a pólókon, pulóvereken gyakoriak az együttesek nevei, képei. Lezseren öltözködnek, szeretik a bő holmikat, a rockereknél a fekete póló mellett a kockás ing is gyakori. A fiúk kedvelik a nadrág övéhez rögzíthető oldalláncokat, melyeknek csupán díszítő funkciójuk van, akárcsak a fülbevalóknak, a piercingnek. A ruhájukat nem alakítgatják, mint az alternatívok. Az egyes kiegészítőket, feliratos pólókat, szegecses karkötőket speciális boltokban lehet beszerezni, mint például Darkshop, Headbanger. Az éppen aktuális divat

<sup>10</sup> Tanári szakdolgozat. Moholy-Nagy Művészeti Egyetem, Tanárképző Tanszék, 2007.

<sup>11</sup> A mai ifjúsági csoportkultúrákról bővebben lásd: SZAPU MAGDA: *A zűrkorszak gyermekei*. Századvég, Budapest, 2002.

nem befolyásolja őket, nem törődnek a különféle divatirányzatokkal. Legfeljebb az együttesek stílusát követik nyomon, az van hatással rájuk. A rockerek és a metálók többségének hosszú haja van, melyet kibontva vagy összefogva hordanak, koncerteken a zene ütemére rázzák a fejüket, ami a hosszú haj esetében látványos csak.

### A punkok és a szkinhedek öltözete

Bár a zenében közel állnak egymáshoz – a szkinhedek is az oi-zenét kedvelik, amelynek gyökerei a punkzenéig nyúlnak vissza –, mégis nagy a személyes ellentét a két irányzat között.

A punköltözet lényege, hogy minél megbotránkoztabb legyen. Erre szolgálnak a taraj, a szögek, a biztosítótűk, a láncok és egyéb kiegészítők. Mindez hozzátartozik a punk szellemiséghez, melynek lényege az anarchia, a lázadás. Jellemző rájuk az agyonviselt, szakadt öltözék, a farmer, a trikók, a pulóverek, dzsekik rétegezése, szegecselt csuklópánt, fülbevaló, sok piercing, a fenyegető, önmagát elidegenítő külső, a fekete bőrből készült, acélszögekkel kivert viseletek. A rongyok, agyonviselt holmik új minőséget kapnak. Ruháik nagy részét már eleve használtan vagy tépetten szerzik be, de többnyire saját fantáziájukat használva maguk alakítják egyedivé, ezáltal juttatva kifejezésre viselőjük ízlését, véleményét, hovatartozását. A Martens bakancs Magyarországon főleg a kilencvenes években terjedt el.<sup>12</sup> A bakancshoz tarozó különböző színű cipőfűzőknek jelentésük van: a fehér rasszista, nácis, a piros kommunista, a kék rendőrgyűlölő. A punkok hajviselete: borotvált haj, kakastaréj, amely harcias, agresszív külsőt nyújt. Az arcfestés is igen erőteljes, élesen kihúzott vagy éppen teljesen leborotvált szemöldök, ezzel durva, ijesztő hatást is elérhetnek. A lányok öltözködése nem sokban különbözik a fiúké-  
től. Kedvelik az unisex holmikat, és jellemző a lányok elfiúsodása is.

A szkinhedek a punkokkal ellentétben semmiképpen sem öltözködnének szakadtan. Szeretnek férfiasan



Metálos lány fekete szoknyában, ujjatlan csipkebetétes pólóban kesztyűvel, szegecses bőrkarkötőkkel, fémből készült kardísszel, bőr nyakláccokkal és oldaltáskával



Punk fiatal szegecses bőrdzsekije. Alatta a fekete pólón a The Exploited punk rockegyüttes 2003-as albumának a Fuck The Systemnek a borítójával

12 Bővebben Dr. Martens történetéről: <http://realskinhead.skinhead.hu/dms.html>



öltözködni, kedvelik a katonai oldalzsebes nadrágot, a farmert, a bombert, a hózentrágeret. Rendszerint egyszínű pólót hordanak, melyre kapucnis pulóvert vesznek fel. Pólóban, dzsekiben kedvelt a Lonsdale márka. Szinte alapdarabnak számít a Martens bakancs, melyet eleinte Angliában gyártottak, és a hatvanas években az ottani szkinhed fiatalok kezdték el tömegesen hordani, akik magukra, illetve világgépükre ismertek a bakancs agresszív külsejében. A szkinhed fiúkat egyértelműen a kopasz, tar fej jellemzi, ezért is hívják őket a más stílusúak „bőrfejúeknek”. Nem ritka azonban a rövid, centisre nyírt haj sem, melyet praktikus okokból is hordanak.

### Az emók öltözete

Külsőségeit tekintve az emo stílust a ferdén megnyírt, az egyik szembe lógó, fél arcot takaró sötét haj jellemzi. A lányok szűk „csajos” nadrágot, kisméretű, feszes, csíkos pólókat, pulóvereket, szegeccses, halálfejes övet, Converse, Slipon márkájú tornacipőt hordanak. Fülbevalójuk és piercingjük is van (pl.: szemöldökön, orron, ajakon, nyelven), és sok kitűzőt, kiegészítőt viselnek.



Emo stílusirányzat képviselője szájpiercinggel, ferdén nyírt, az egyik szemébe lógó emo frizurával és egy melírozott csíkkal a hajában, kapucnis fekete-barna csíkos pulóverben

Az emo fiúk és lányok nemigen különböznek egymástól. Az emo fiúk ugyanúgy testre tapadó pólót, kitűzőket, halálfejmintás kendőt vagy táskát, feltupírozott, szembe fésült hajat, női farmert és szájpiercinget hordanak. Nem félnek kimutatni az érzéseiket, és van bennük némi nőieség. Az emóknak ugyanis nagyon fontosak az érzelmek. A lányok a fiúkra, a fiúk a lányokra hasonlítanak. A kamaszok rájöttek, hogy metállal vagy punkkal már nem tudják megbotráncoztatni a Guns 'n Roses-on, Nirvanán felnőtt szülőket. Ellenben azzal igen, hogyha fiúlétükre kifestik magukat, a fiúk a fiúkkal, a lányok a lányokkal csókolóznak. De a dark, más néven goth<sup>13</sup> szubkultúra elemeiből is vettek át, például az öngyilkosság kultuszát, melyről az esetek túlnyomó többségében csak beszélnek. Ezzel is sokkolni próbálják a környezetüket.

### Az alternatívok öltözete

Kényelmes, laza, elsősorban pamut ruhadarabokat hordanak, a fiúk kedvelt viselete a kordnadrág, a lányok a keleties, egzotikus, „bahias”<sup>14</sup> darabokat szeretik. A stílus-

13 Feketében járnak, középkort idéző fűzőket, fűzős nadrágokat, a romantikát felelevenítő zsabós ingeket hordanak. Az érzelmi elhagyatottság, a kiszolgáltatottság és a céltalanság, a belső fájdalom és feszültség levezetésének igénye irányítja őket olyan deviáns szokásra, mint az önpusztítás. Lásd Mezey Gyöngyi: Egy szubkultúra vizsgálata a kézírás alapján. Grafológiai intézet, 2006. [http://www.gothic.hu/gothic.html?http://www.gothic.hu/szubkultura5\\_kulsosegek.html](http://www.gothic.hu/gothic.html?http://www.gothic.hu/szubkultura5_kulsosegek.html)

14 A Bahia üzletek indiai, egzotikus ruhákat, kiegészítőket árulnak.

irányzatra jellemző még a művészetek, a kézművesség iránti fogékonyság is. Ruháikat gyakran maguk varrják, festik, batikolják, az egyedi öltözet nagyon fontos a számukra. Szeretik a bő, kötött holmikat, és kedvelik a bőröket, a stílusuk különleges, feltűnő néha szakadt. A színekben elsősorban a sötétebb tónusokat kedvelik, különösen a földszíneket, noha általános megítélés, hogy az alternatívok elsősorban feketében járnak. A fekete a nyolcvanas években a Depeche Mode, Bonanza Banzai együttesekkel jött divatba, és azóta az alternatívok alapszíne, de ma már nem meghatározó. Ehhez az „elvont”, egyedi öltözethez a kiegészítők is szorosan hozzátartoznak. Szívesen hordanak sok karperecet, nyakláncot és a szülőktől, nagyszülőktől megöröklött egy-egy régebbi ékszert. Táskáikat, „szütyőiket” is a saját egyéniségükhöz, ízlésükhöz igazítják, festik, batikolják, díszítik. Gyakran a pillanatnyi hangulatot kifejező öltözet, a kiegészítők személyre szabott kombinációi a stílusirányzaton belüli szabadságot jelzik. Épp ezért nem is kedvelik a nagy szériában készült tömegtermékeket, inkább vásárolnak turkálóban. A hajviseletre, a frizurára jellemző a hosszú, enyhén hullámos haj, melyet a lányok gyakran feketére vagy vörösre festenek.

## A POP ÉS AZ ELEKTRONIKUS ZENE KÖVETŐI

### **A diszkósok, technósok, house-osok, goasok öltözete**

A diszkóstílusnál előtérbe kerül a divat, nagyobb szerephez jutnak a márkák, mint Zara, United Colors of Benetton, Calvin Klein, Mustang, Gap, Springfield, Replay. A lányoknál szűk, feszes, testre simuló póló vagy top, melynek stílusa kihívó, anyaga legtöbbször sztrecs vagy pamut, hozzá csípőnadrág, amely látni engedi a hasat. A ruhánál lényeges, hogy sportos, diszkós és „trendi” legyen. Az öltözködés fontos kiegészítője a smink, a lányok az éppen viselt felső színéhez festik ki arcukat. Előszeretettel viselnek fehér öltözetet, mert az jól látszik a diszkók UV fényében. De szívesen hordanak kéket, zöldet, rózsaszínt is. Nemcsak a lányoknál, hanem a fiúknál is divat a rózsaszín ing. Az alternatívokkal, a rockerekkel és a metálósokkal ellentétben nem szeretik a feketét. A ruháikon nem alakítanak, nem jelennek meg náluk a házi készítésű holmik. Öltözködésben nincs jelentős különbség a diszkósok, technósok, house-osok között.

A Buffalo, a „holdjáró”, a magas talpú cipő, amely a kilencvenes években a house-osokra volt jellemző, már kiment a divatból. A goások öltözködése abban tér el, hogy mindig hordanak magukon valami rikító neonszínt is. Egyébként ők is lazán öltözködnek, mint a diszkósok, és szintén kedvelik a márkás, tartós termékeket, mint DC, Emerica, Speed, ám diszkós márkákat nem vennének fel, mint a Wodoo meg Replay. Az együttesek és az énekesek ruházatát figyelemmel kísérik, és igyekeznek hasonlóképpen öltözködni.



Diszkós lány narancssárga testre simuló pólóban, szaggatott csípőfarmerben, playboy nyuszis fémcstos műanyag övvel, fehér pulóverben, rózsaszín válltáskával

## A HIPHOPOSOK, RAPPEREK, DRUM AND BASS-ESEK, DESZKÁSOK, REGGAE-SEK ÖLTÖZETE

A *hiphop* kifejezésbe nem csak a zene tartozik bele, úgyszólván életmódot jelent. Alapvető elemei a graffitikészítés és a gördeszkázás, zenei oldalról az MC<sup>15</sup>-k és a DJ-k sztárolása. A breaktánc ma már nem olyan jellemző, ellenben a rap, ez a jellegzetes ének- vagy beszédstílus még mindig meghatározó. A hiphoposokra és a rapperekre jellemző viselet a baseballsapka, amely általában félre van csapva a fejükön, valamint a nyakláncok, csuklólvédők. Ruházatuk laza, lezser, amolyan lelógó, igen kedvelt a kapucnis pulóver, az ülepszüllesztett nadrág. Lényeges szempont, hogy az öltözet kényelmes, sportos és „menő” legyen. Az énekesek viselete mintául szolgál számukra, és az általuk viselt márkákat keresik ők is, mint pl. Avirex, Carmartt, Nike, Adidas, Fishbone, No Fear, Homeboy, Pelle Pelle.

A *d'n'b*-sek (drum and bass) nyomon követik a legújabb trendeket, a divatot, és lehetőleg eszerint öltözködnek. Kedvelik a márkákat, mint Saxoo, Gas, Tom Taylor, SPF, Zara, Levi's, CandA, Grinfields. Semmiképp sem vásárolnának piacon, főleg kínai piacon vagy turkálóban.

A *deszkás stílus* az extrém sportok kedvelőire vagy az azokat utánzókra jellemző „street-ruházat”. Náluk is előtérben vannak a márkás, kényelmes, sportos ruhák.

A *reggae*-sek is laza, bő holmit viselnek, frizurájuk, a *raszta* nem csupán az aprólékosan összesodort hajviseletet jelenti, hanem egyfajta életfelfogást is, melyet *rasztafári* hitnek neveznek. A hit és a reggae zene fő témája a társadalom szabadsága. A jamaicai eredetű hajviselet, a *rasztafrizura* készítése hosszadalmas folyamat, 25-30 órát is igénybe vesz, tupírozzák, horgolják, waxozzák, sodorják. A *rasztafarianizmus*hoz marihuanafogyasztás is társulhat, épp ezért szívesen hordják pólóikon a cannabis levélmintát. A nyakukban nagy, a hajukban kisebb fagyöngyláncot viselnek, a hajukat gyakran kendővel vagy hajpánttal fogják össze.



◀ Laza, lezser hiphopos fiú kapucnis pulóverben, bő nadrágban

▲ A reggae stílusirányzat képviselője, bő pulóverben, nadrágban, pólóján Bob Marley arcképével, nagy fagyöngy nyakláncsal, *rasztahajjal*

15 Az MC rövidítés a Master of Ceremonies (ceremóniamester), a DJ a disc-jockey szóból ered.

## A PLÁZÁSOK

A plázások esetében nem a zene a csoportképző tényező. Az öltözködés, valamint a szabadidő eltöltésének a módja és a fogyasztási szokások tartalmazzák az azonosság és a különbözőség számos jelét, elemét. Azóta beszélhetünk plázásokról, amióta Magyarországon is megjelentek a nagy bevásárlóközpontok. A fiatalok kedvelt időtöltése lett ilyen nagy áruházakba járni, ahol nézelődni, vásárolni, enni, inni, kávézni, cigizni is lehet. „Trendi” lett egyes fiatalok között, hogy a szabadidejüket ilyen helyeken töltsék. A plázás kategóriába elsősorban azok a lányok tartoznak, akik a barátnőikkel „lógnak” az áruházakban. Igyekeznek tökéletesek lenni, a magazinok címlapján lévő lányokhoz hasonlítani. Igényesek a megjelenésükre, ezért járnak szoláriumba, márkás holmikat vásárolnak, szeretik „kicsípni” magukat. Fontos számukra, hogy a ruhához megfelelő sminket válasszanak, megfelelően legyen a körmük kifestve, esetleg a szemöldöküket is kiszedetik vagy tetováltatják, „adnak magukra”. Szívesen festik a hajukat, legtöbbször szőkére. Mernek kipróbálni új dolgokat a divatban. Kedvelt színeik: a rózsaszín, a kék és a világos színek. Zenei ízlésükhöz a diszkó áll a legközelebb. Turkálóban, kínai piacon saját bevallásuk szerint nem vásárolnak, mert nem akarnak „eligénytelenedni”.

*Kővári Júlia*



Divatos, „trendi” lány öltözet; rózsaszín hosszú ujjú póló, koptatott, szűk csípőfarmer, fekete hegyes orrú csizma, fehér válltáska

## *A japán kultúra hatása a magyar középiskolásokra<sup>16</sup>*

A japán művészet elsőként holland kereskedők révén jutott Európába. A szecesszió idején a felkelő nap országa már a legkülönbözőbb iparművészeti ágakban érezte hatását Európaszerte. Nyilvánvaló divatja az 1990-es évektől tapasztalható. Varázsa talán összetettségében rejlik. A hagyományok tisztelete és a modernizmus harmonikus, néha furcsa keveredése. Illetve, amíg a mi nyugati világunkra ilyen erősen hat nemcsak a több száz éves, hanem a modern japán kultúra is, addig az a bizonyos japán kultúra tele van nyugatias elemekkel. Manapság az általános érdeklődés egyre inkább a populárisabb műfajok felé fordul, a zene, a film és a divat kerül a középpontba. A célközönség átlagéletkora pedig egyre alacsonyabb. Az egyik legjobban megnyerhető korosztály a kamaszoké. Japán sokkoló és sokoldalú képet nyújt. Az, hogy európai mértékkel cseppet sem nevezhető átlagosnak, máris szimpatikussá teszi az önmagukat kereső kamaszok számára.

<sup>16</sup> Tanári szakdolgozat. Moholy-Nagy Művészeti Egyetem, Tanárképző Tanszék, 2008.

## A KAWAII

Magyarul annyit tesz: aranyos; de „életfilozófiaként” pontosabb cukiságnak fordítani. A kawaii nem csak az egyén szintjén van jelen. Éppen hogy államilag „felkarolt” dologról van szó. Pokémon Pikachuja ott kuksol a japán légitársaság Boeingjein, ott sorakoznak a kabalák a Japán Posta, a prefektusok stb. jelképei közt. A hetvenes évek óta egyre inkább hódít Japánban ez a jelenség. Átitatja a mindennapokat, jelen van öltözködésben, háztartásban, viselkedésben, kommunikációban. Egyfajta világnézet: minden, ami bájos, ami gyermeki vagy épp gyermetes.



A kawaii (cuki) őshazájában, Japánban

Egyszerre esztétikai mérce és társadalomkritika. Mindamellet lehet spontán, természetes reakció a társadalmi és kulturális nyomásra, amely annyi követelményt támaszt felnőttekkel, gyerekekkel szemben egyaránt. Másrészt gazdaságilag sem elhanyagolható – nem rossz üzlet elindítani és végigmenedzselni egy-egy cukis figura pályafutását. Ki ne emlékezne a Tamagochira, a túlterhelt emberek számára laboratóriumban kifejlesztett, elektromos házi kedvence az igazi helyett. Vagy Hello Kittyre, a pont szemű, száj nélküli cicára.

## A magyar replika

A cukiság nálunk is elterjedt, habár leginkább viselkedésformaként. Ha belehallgatunk egy tizenéves csoport beszélgetésébe, „tuti” nem maradunk agyonbecézett szavak, túlzó jelzők és még túlzóbb állítmányok nélkül. A direkt selypítés is a repertoár része: „Ne kamujjál!”, „Köcse”, „Accem” – csak néhány a sok közül. Amiért az oviban logopédushoz küldtek, az most a tizenévesek trendje, bár leginkább az e-kommunikáció része. De ember legyen a talpán, aki teljes egészében „cukiba is öltözik”, még ha kamaszokról van is szó.

## MANGÁK, ANIMÉK

A manga jelentése eredetileg önkéntelen, véletlenszerű képek. Ma inkább a japán eredetű képregények megjelenésére használjuk. A 11–12. századi toba-e gúnyrajzok és a későbbi ukiyo-e festészet, illetve a fametszetek jelentették a kezdetet. Ezek alapvető stílusjegyei – tájábrázolás, kezdetleges tónusozás, stilizáltság, jellemábrázolás, furcsa figurák – öröklődtek tovább. A 20. század elején Japánban megismerték az amerikai comicsot. A II. világ-



Anime ►

háború után Tezuka Osamu<sup>17</sup>, a Disney-filmek sikerén felbuzdulva teremtette meg a jellegzetes manga karaktert: a nagy, kifejező szemek, az erős mimika érzelmgazdagabbá tette a műfajt. Az első figurákon egyértelműen érződik az amerikai hatás. Azóta kiszélesedett a paletta, ahány alkotó, annyi stílus. A célközönség is kiterjedt, hiszen bármilyen téma szóba jöhet. A tündéri kislánysztoriktól, a sci-fin és a mélyebb tartalmú műveken át a pornóig széles a skála.

Az igazi népszerűséget Nyugaton a filmváltozatok, az ún. animék<sup>18</sup> hozták meg. A képregények alapján készült rajzfilmsorozatok nagy része már a felnőtt közönségnek szólt. Megjelentek a robotok, keményedtek a harcjelenetek. Mára egyre gyakoribb a számítógépes technikák, látványelemek használata. A tipikus karakter és a gesztusok többnyire megmaradtak.

Hozzánk elsőként a Dragon ball és a Sailor Moon sorozatok jutottak el. Azóta a magyar mesecsatornák, a kereskedelmi tévék újra meg újra műsorra tűznek animéket. Saját tévécsatornát is szenteltek a műfajnak (Animax). Az animék ún. egész estés változatban is léteznek, a leghíresebb alkotó: Hayao Miyazaki<sup>19</sup> (Chihiro szellemországban, Vándorló palota). A rajongók körében – mint a minőségi és bölcs filmek alkotója – neve általánosan ismert.

## Nincs sikertörténet kritikák és támadások nélkül

Sokan inkább mint mániát utasítják el, és nem magát jelenséget. Persze jó pár érvet említenek a forma és a tartalom ellen is. Mindkét oldal (rajongók és ellenzők) azt gondolja: ők vannak jelentős kisebbségben. Az egyik úgy érzi, kinevetik, gyerekesnek tartják őket, vagy épp úgy látják: csupa pornográfia és erőszak, amit néz, ezért hőzöngve száll szembe „a szűk látókörű emberek üres, alaptalan érveivel”. A másik pedig felháborodik, hogy miért kell a gyerekek fejét ilyen ostobaságokkal tömni, merthogy „annyira mű, és mind egyformák a fiúk és lányok”.

## Amikor a nézőből alkotó lesz

A mangafanatikusok nem csupán nézik, de megszállottan másolják is a figurákat (ez a fanart). Az interneten közzé is teszik sikerültebb alkotásaikat. Mi több: önálló kis „novellákat” készítenek különböző anime-hősök szerepeltetésével (ez a fanfiction). Ismertetőket és – akár saját – fordításokat (fansub) írnak. A mangakarakterek rajzolása alapjaiban az

17 Tezuka Osamu (1928–1989) „a Manga Istene”-ként emlegetett manga- és anime-művész.

18 Az anime szó az angol animation rövidítéséből ered.

19 Hayao Miyazaki a japán rajzfilmkészítés (Oscar-díjjal is kitüntetett) tagadhatatlan mestere. 1945-ben született Tokióban. A rendező 1985-ben alapította meg (...) a Studio Ghiblit. Legtöbb filmjét saját bevallása szerint gyerekeknek készíti, ugyanakkor szinte minden filmje a felnőttek számára is nagyon fontos üzeneteket, utalásokat tartalmaz, amelyeket egy gyerek nemigen érthet meg. (...) Sokan a japán Walt Disney-ként emlegetik (forrás: Wikipedia).

önkifejezés egyszerű módja. A kevésbé ügyes vagy éppen csak gyakorlatlan fiatalok, gyerekek is viszonylag könnyen elsajátíthatják a jellegzetes vonásokat. Ennek a műfajnak is megvannak a szabályai, van néhány megtanulható elem (pl. különböző arckifejezések). Az igencsak eltúlzott mimikával könnyedén ábrázolhatók érzelmek, hangulatok. Egy kamasz számára különös sikerélményt jelent, ha rajzaival hatni, szavak nélkül mesélni tud. Így aztán erős kifejezőeszköz kerül a kezükbe.

## J-ZENE, JROCK, VISUAL-KEI

Alapjában véve a különböző nyugati áramlatokat képviselik a japán együttesek is. Közös jellemzőjük, hogy a nyugati irányzatokat és saját zenei hagyományait kedvük szerint variálják, ötvözik, saját ízlésükre formálják.

A visual-kei tulajdonképpen összefoglaló név, amely főleg hard-rock, metal és goth zenét foglal magába. De igazából nem a zene az, amit elsőként említeni kell vele kapcsolatban, sokkal inkább a külsőségek. Mondhatnánk, hogy a japán rockzene fő sajátossága, hogy audiovizuális. Ezt támasztja alá az elnevezés is. A VK (visual-kei) képviselői szinte többen áldoznak a külsőnek, mint a daloknak. A visual-kei eleinte az 1970–80-as évek amerikai/európai hard-rock, heavy metal, a glam-rock, a new-wave és a dark-rock világából táplálkozott. Nemcsak a hangzást, hanem a külső jegyeket is átvették. Nem riadtak vissza a feltupírozott hajaktól vagy akár a nőies, „androgün kinézettől” sem. Ez utóbbi vált aztán a VK védjegyévé (annál is inkább, mert az együttesek szinte egytől egyig férfiakból állnak). A visual-kei szinte termeli a meghökkentő jelmezeket, sminkeket. A VK-hoz tartozik a sokkoló, egyszerre véres és erotikus töltetű eruguro, a metálosabb angura-kei, és ha elég lett a sötét hangulatból, akkor ott a könnyedebb, poposabb, cuki oshare-kei.

### A visual-kei hatása az öltözködésre

A VK-rajongók összegyűjtenek mindent, ami az irányzathoz kapcsolódik, aztán a legtöbbet magukkal vagy magukon hordják. Viselkedésformákat vesznek át kedvenceiktől. Színpadias pózok, jellegzetes kézmozdulatok, arckifejezések. Bár a többség öltözködése nem, de hajviselete árulkodó. Ha öltözködésről van szó, Magyarországon két irányzat van jelen a zenei alapú J-szubkultúrák közül. Az egyik maga a visual-kei, a darkos verzió, a másik az oshare-kei, a kawaii verzió.

## LOLITA

Japánban az utca az utóbbi pár évtizedben hallatlanul színes lett, miután a kimonók több évszázados hagyománya mellé beköltöztek a nyugati viseleti darabok. A legkülönbözőbb ötvözetek élnek egymás mellett. Kialakult egy olyan irányzat is, amely nemcsak saját hazájában vált népszerűvé, de alternatívát adott a hóbortokra éhes fiatalságnak az egész világon.

A Lolita-divatot nagyon sok szempontból lehet magyarázni. Maga az elnevezés Vladimir Nabokov (1955) Lolita című világhírű regényére, illetve annak 12 éves szereplőjére utal. A lolita alapvető jellemzője tehát az aranyos, szemérmes, gyermeki külső, némi kacérsággal kiegészítve. Öltözékük minden esetben térdet még éppen takaró szoknya abronccsal vagy alsószoknyával, térdzokni vagy harisnya, kerek orrú „babacipő”, kalap vagy főkötő. De a loliták sem egyformák. A színek, a kiegészítők adják hozzá a hangulatot és az elnevezést.

A külsőségek eredete az európai viselettörténetben keresendő. A japánok fogékonyak a szép és a bizarr keverékére. Így hát a 20. század végére felfedezték maguknak a 18–19. század európai divatját, abból is a gyermekruházatot.

- A classic lolita a leginkább hű a viselettörténeti korokhoz.
- A sweet lolita a leggyermekibb, csipkés-fodros tündéri báj pasztellszínekben.
- A gothic lolita a goth stílusból vett át elemeket. De létezik punk lolita; erotic lolita; kalózos pirate lolita.
- A felnőttes változat az aristocrat, amelyről gyakran nehéz eldönteni, hogy fiút vagy lányt rejt magában.

Ezeket az öltözeteket csupán egy réteg hordja, és nem állandó jelleggel, már csak a kötelező iskolai egyenruha miatt sem. Ennek ellenére az utcadivat élő és népszerű része.

## Loliták magyar szemmel

A lolitáknak szinte mindenhol megvannak a rajongói és a kritikusai. Hazánkban is alaposan megosztja a divatorientált közvéleményt. A konzervatívabb vagy elsősorban trendkövető réteg meglehetősen elutasító az efféle „erőltetett, ízlésfica mos” ruházkodás iránt, mondván „nem tudnak magukkal mit kezdeni, ez a nagy problémájuk”. Eközben a középiskolás korosztályban elég hívet toborzott már ez a „bátor, imádni való” világ.



## RENDEZVÉNYEK, TALÁLKOZÓK

Miután ezek a csoportosulások nemcsak széles rajongótáborral, hanem hivatalos és nem hivatalos szervezetekkel, magazinokkal, tévécsatornával is rendelkeznek, természetes, hogy évente többször szerveznek találkozót. Ilyenkor mindenki nyitottabb, mert nem szeparált, furcsa fanatikus, hanem egy tekintélyes társaság része, illetve egy megmozdulás részese. Hogy csak néhányat említsek: a Nippon Shoxx (rendszeresen megrendezett bulik), piknikek, animeconok (rajongói találkozók, fő céljuk az anime-, illetve mangakultúra szélesebb körű terjesztése Magyarországon, illetve a rajongói közösség építgetése).

Husztai Andrea