

P H I L O S
O P H Y

Spring Summer 2016

Look Around

N°7

MASTHEAD

ESZTER BOLDOV
Editor-in-chief
eszter@philosophy-magazine.com

ANNA KUDRON
Art editor
anna@philosophy-magazine.com

KRISTOF KISS BENEDEK
Graphic design & Layout

IVETT ZAHORJAN
Contributing editor

ESZTER GALAMB
Translation

JULIA BARDKAI
Hungarian language lecturer

BALINT PETHO, REA FARKAS
Casting

ADVERTISING & PR
info@philosophy-magazine.com

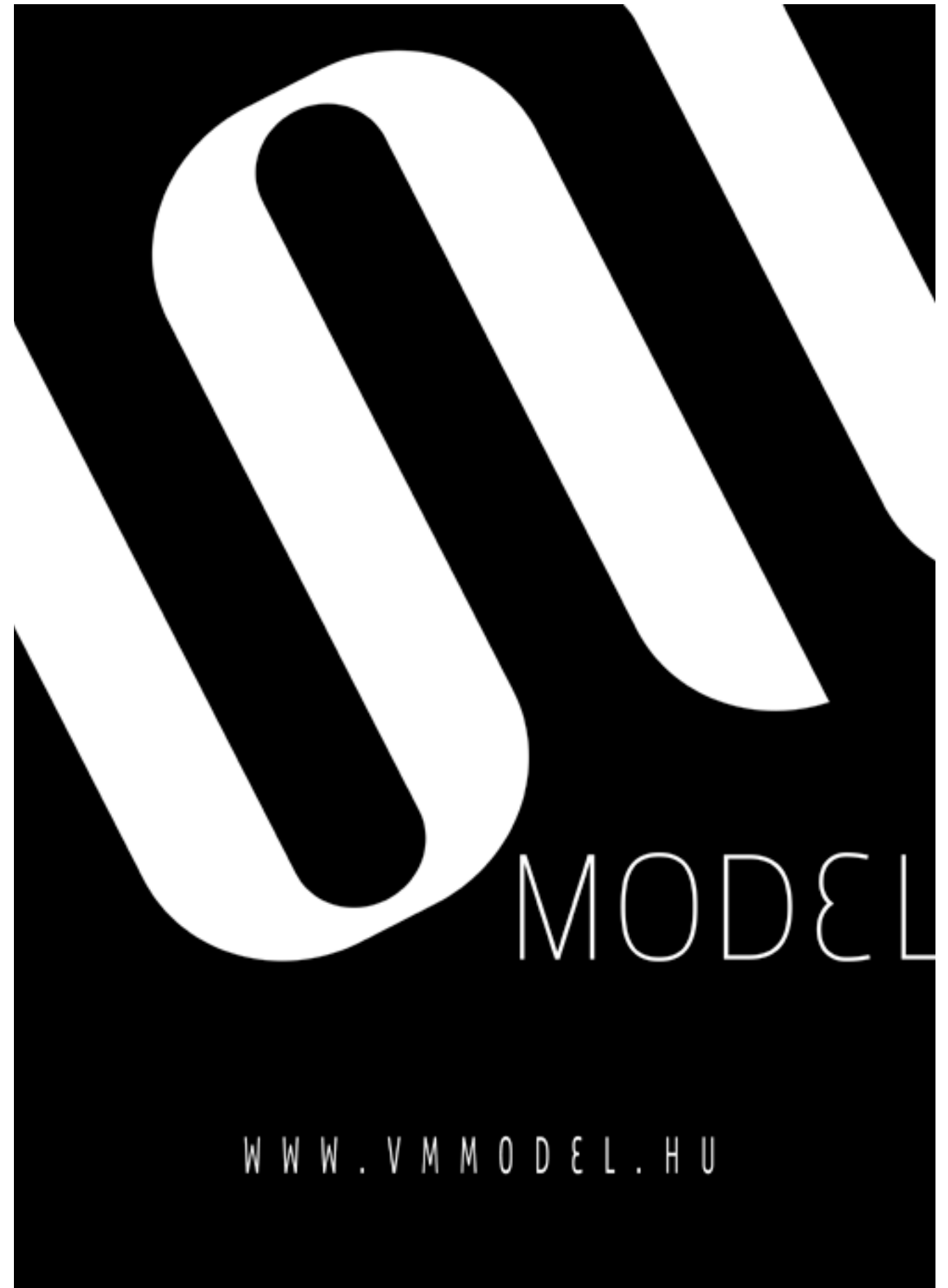
PUBLICATION

VM Model LTD
Budapest

© NO PART OF THIS PUBLICATION MAY BE
REPRODUCED WITHOUT
PERMISSION FROM THE PUBLISHER

Cover photo
by NICOLAS KANTOR

Model
YUMI LAMBERT @ THE SQUAD MANAGEMENT





W-E-D-N-E-S-D-A-Y

Photo: Balint Bara
Stylist: Melinda Csik
Hair: Laszlo Pasztor
Make up: Eszter Magyar
Model: Aliv Marchant at L'Oréal



W-E-D-N-E-S-D-A-Y

Photo: Balint Bara
Stylist: Melinda Czik



W-E-D-N-E-S-D-A-Y

Photo: Balint Bara
Stylist: Melinda Calk
Hair: Lezso Pasztor
Make up: Eszter Magyar

SO MUCH GETS LOST IN TRANSLATION...

Words by Eszter Boldov
Photos by Kirill Kuletski
Styling by Pam Nasr

Nafsika Skourtit saját weboldala úgy mutatja be, mint a londoni Saint Martin's-on végzett divattervezőt, aki félig görög, félig jordán, félig internet. Érdeklődésemet leginkább a "félig internet" rész keltette fel, részben ennek köszönhetően kapott szárnyra egy Budapestet és Jordániát összekötő virtuális beszélgetés, melyben a tervezővel a helyi időjárás kielemezéséről kormányzati rendszereinek ruhatervezésben manifesztálódó kritizálásáig jutottunk.

Nafsika Skourti is described as the Saint Martin's graduate fashion designer who is half Greek, half Jordanian, and half Internet. It was exactly this half Internet part that tickled my imagination, and made me to arrange a virtual chat stretching between Budapest and Jordan, expanding from analysing local climate to the criticism of government getting manifested in clothing design.



“Úgy érzem, a nemzetiség fogalma egyre inkább irrelevánsá válik mind számomra, mind sok körülöttem lévő ember számára... Az anyukám jordán, az apukám görög, és bár mindkét országhoz érzek egyfajta kötődést, úgy gondolom, összességében mégiscsak az interneten nőttem fel.” A multinacionalitás mint a nevelkedő generáció gondolkodását átható és jó eséllyel jövőnket meghatározó habitus Nafsika Skourti egyediségének essenciája. Egy kollektív tudatból táplálkozik, melyben ugyanúgy mindennapi téma az aktuálpolitika, mint Kim Kardashian feneke.

Nafsika nem titkolt missziója a mindennapi életünkben globálisan érzékelhető problémák feldolgozása, majd kifutóra küldése. “9 to 5” címen futó 2014 tavaszi-nyári kollekciójában maskulin öltönyök szürreális mintákba burkoltsága kelt feszültséget az álmaink megvalósítására való készítetés és munkánk monotonitása, banalitása közt. Az őszi-téli “everything must go” hívószó már egy személyesebb élmény lecsapódása. “Az “everything must go” arra reflektál, amikor anyukám súlyos beteg lett, ami egy igazi egzisztencialista gondolkodásmódra készítetett minket (engem és a nővéremet, Stephanie-t, aki az üzleti partnerem is). Észre kellett vennünk, hogy semmi sem tart örökké. Létezik fiatalság és szépség, halál, újjászületés, megújulás. A kollekció virágmintáit azokból a csokrokából szedtük, majd szkeneltük be és torzítottuk, amiket anyukám kapott a kórházban.”

“Temporary security” névre keresztelt 2016 tavaszi-nyári kollekcióját az eddigi leginkább “nemzetiség-érzékenyek” tartja mind közül. Alapját szintén egy személyes, Jordániában különösen erősen érezhető, de az Európában élők számára is megkerülhetetlen feszültség adja. “Konfliktusokkal vagyunk körülvéve. Bár Jordánia stabil, a szomszédos országok nem - Irakban zűrzavar uralkodik, Szírai romokban van, és ne feledkezzünk meg a végtelen palesztin-szíriai konfliktusról tőlünk balra. A kiindulópont azonban nem konkrétan a feszültség volt, hanem az, hogy ennek kapcsán elkezdtem gondolkodni a szabadság fogalmáról és jelentéséről. De ahogy egyre többet gondolkodtam róla, egyre inkább észrevettem, hogy a szabadság tulajdonképpen soha nem volt ‘szabad’, hanem mindig meg kellett harcolni érte.”

Egy instabil világ biztonság-fogalmáról kezdünk beszélgetni. Kiderül az is, hogy Nafsika ezalatt az ammáni varroda egyik sarkában ül, laptop az ölében, a tavaszi-nyári darabok gyártását felügyeli. “Mi történik, ha egy napon a kormány többé nem a mi oldalunkon áll, ki tudja milyen okból. Mi lenne, ha elveszítenénk a munkánkat, vagy a munkához való jogot, vagy ha egy napon elválasztanak minket a családuktól. Mindez olyan elképzelhetetlennek tűnik, de megtörténhet. A biztonság mindig csak átmeneti.”

A kollekció vizuális narratíváját egy elképzelt tüntetés adja, mely során minden idős és fiatal, férfi és nő az utcára vonul valami olyasmért, amiben őszintén tud hinni. Hogy pontosan mi is az, a földrajzi helyzettől függ. Nafsika a katonai ruházat mintáját kicsinosítva, egy mai ruhatár sztenderd szabásaival keresztezve biztosít a fiktív tüntetéshez öltözetet, az internet pedig egy közös, globális kommunikációs platformot.

“I feel like the concept of nationalities is becoming more and more irrelevant to me and a lot of the people around me... My mother is Jordanian and my dad is Greek and I do feel a connection to both those countries but I really feel like we’ve been raised on the internet all together” Multinationality, as the default character defining the future and thinking of the coming generation, is the essence of Nafsika Skourti’s individuality. It is nurtured by a collective mind where politics and Kim Kardashian’s butt are equally on topic.

Nafsika’s unconcealed mission is, to analyse global issues and put them on the runway. In her SS 2014 collection “9 to 5”, by wrapping the masculine suits into surreal patterns, she builds up tension between the urge of turning our dreams to reality and the true monotony and banality of our daily work. The autumn-winter catchphrase “everything must go” is the precipitation of a more personal experience. “For ‘every thing must go’ my mother got really sick and it put us (me and my sister and business partner Stephanie) in a really existential state of mind. We had to realize that nothing lasts forever. There is youth and beauty, death, rebirth, renewal. The flowers in the prints are all the flowers my mother received in hospital that I scanned and glitched”.

She holds her spring-summer 2016 collection entitled ‘Temporary Security’ the most nationally sensitive one yet. It is based on a personal tension, that though is much tangible in Jordania, it is still very much present all over Europe as well. “We are surrounded by conflict. Jordan is stable, but all our neighbors aren’t - Iraq is in shambles, Syria has been destroyed, and of course the eternal Palestinian/Israeli conflict is to the left of us. But my starting point wasn’t actually the tension - it got me thinking about the meaning and the concept of freedom. But the more I thought about freedom the more I saw that freedom was never ‘free’, it was always fought and rallied for”.

So we started to talk about the concept of safety of an instable world. It turned out that at this moment Nafsika was sitting in the corner of the dressmaker’s workshop in Ammam, laptop in her lap, supervising the production of the spring-summer pieces. “What if one day the government isn’t on your side anymore, for whatever reason. What if you lose your job or the right to work or one day you’re separated from your entire family. It feels so impossible now but it is possible. All security is temporary”.

The collection’s visual narrative is based on an imaginary demonstration, where old and young, man and woman flood the streets for a cause they can honestly believe in. The exact cause is dependent of their geographical location. Nafsika ensures motivation through clothing that mixes up today’s tailoring with pimped-up military uniforms, while the Internet provides a common, global communication platform.

We are all talking about the same, just in different languages. The collection intends to draw our attention to the defects of global communication through the use of a range of motifs, either overtly throwing it in our face, or hidden, as a private message, sewn into the insides of the pieces. Reflecting on the problems caused by translation, a brilliant solution was born



Mind ugyanarról beszélünk, csak más-más nyelveken. A globális kommunikáció fogyatékoságaira reflektál a kollekció megannyi motívuma, amit sok esetben nyíltan az arcunkba vág, máskor burkoltan, privát üzenetként, a ruhák belsejébe varrva ad át a tervező. A fordítás nehézségei okozta problémákra született meg az a pofonegyszerű, mégis briliáns megoldás, mely azóta fontos társadalmi kérdéseket kiprovokálva egy magasabb szintre emelte a 'temporary securityt'. Az egyszerűség kedvéért több felirat is angolul, majd arab fordításában került a ruhadarabokra, a vásárlók elfogadó, nyílt hozzáállására alapozva. "Amikor Párizsban voltunk a Fashion Weeken, sok vásárló és sajtós látogatott meg minket. Csak hogy érzékeltessem, mennyire ijesztőnek találják emberek egyes nyelveket: a dzsekiken ugyanaz a felirat volt angolul és arabul. Néhány vásárló, amikor meglátta az arabot, megkérdezte: 'mégis mi van oda írva, mit jelent ez?' - és egyáltalán nem tűntek nyugodtnak... bármiféle ok nélkül."

Öltözködésünkkel üzeni ma már szinte megkerülhetetlen, kivételes merészség kell azonban ahhoz, hogy ezt ilyen direkten tegyék. Ezek a kabátok feleletválasztós tesztként is funkcionálhatnak. El kell döntened, viseled őket vagy sem? Határozott vélemény szükségetlenné válik.

"Nem tudom miért, de odavagyok a beszédés és beszélgetést kezdeményező darabokért. Amikor egy buliban, vacsorán, vagy csak a metróban valaki lát vagy olvas valamit, ami annyira kíváncsivá teszi, hogy egyszerűen rá kell kérdeznie. És akkor a viselője elmondhatja, hogy mi a darab háttérsztorija... Odavagyok az ilyen jelenetekért!"

A tervezőnő valóban nem hagyja, hogy hiányt szenvedjünk az idegenekkel lefolytatott spontán beszélgetésekben, egy szezonra elegendő anekdotával lát el minket.

"A fekete farmer az egyik valaha volt legnagyobb kedvencem. Az elején, a bal bokáján a "határ" (és a jobb szélén ugyanez arabul), míg hátul ugyanígy a "televízió" felirat található. Az ötlet a Facebook hírfolyamomból jött, ahol mindenki a menekültekről posztolt, de közben a politikai cikkek mellett csomó megosztás volt alvó kismacsákról, vagy épp a Trónok Harcának új részéről. Ekkor ugrott be, hogy mennyire vicces a mi generációnk! A felcímen mindenki úgy tesz, mintha aggódna, de igazából mindenki csak magával és a szórakozásával foglalkozik."

Újabb fontos témát vet fel egy F17-es repülőket játékreplőként bagatellizáló fehér dzseki, de a szemekkel körülhímzett hegy motívumával szinte magát eladó szoknya is néhány metrómegállónyit kitöltő beszélgetés alapjául szolgál.

Az őszi-téli szezonon eluralkodott maskulinitás természetesen rányomta bélyegét a terepre tervezett tavaszi-nyári darabokra is, azonban elméletben a világhálón kirobbant fiktív tüntetésen a katonai ruházat mellett egy-egy koktéluha is megjelenik. A kollekció komoly kinyilatkoztatásai ellenére a tervező humorának köszönhetően nem válik modorossá, szem előtt tartva azt, hogy valójában kiknek készül.

"Tudod, azért csajból vagyok...A stúdióban néhány darabunknak beceneve van, például az expasi ruha vagy a tréning patchwork ruha. Amikor például tudod, hogy az exed ott lesz a buliban,

that, by provoking debates over social issues ever since, raises 'Temporary security' to a higher level. For the sake of simplicity, several captions were written over the clothes both in English and in Arabic as well, expecting an open-minded attitude from buyers. "While we were in Paris during PFW for our showroom, we had a lot of press and buyers come by. Just to illustrate how scared people are of different languages: the jackets have phrases in English and Arabic - but it's the same phrase. There were buyers who saw the Arabic and they were like 'wait what's that what does it say, what does it mean?' Not in a chill way... for absolutely no reason".

Although today it is almost impossible not to convey some sort of message with our clothing, still, one has to be exceptionally daring to do so in such an overt way. The jackets function as an either-or test as well. You have to decide whether you are willing to wear these or not? You really need a firm opinion. "I don't know why but I'm obsessed with the idea of conversational pieces. When you're at a party or a dinner or standing in the tube, and someone reads or sees something that gets them curious enough to ask you about it. And for the person wearing it to be like yea the story of this is this or that...I die for that scenario"

The designer does not let us be short of spontaneous conversations with strangers, giving us anecdotes enough to last a whole season. "The black jeans are one of my all time favorite pieces. On the front we have 'borders' on the left ankle (and the Arabic translation on the right), but at the back we have 'television'. The idea came from my Facebook feed, where everyone was posting about the refugees, but then sandwiched between all their political articles and posts there were posts about puppies and kittens sleeping together, or the new episode of Game of Thrones. It just got me thinking about how funny is our generation! On the surface we act like we care but on the other side we're so into ourselves and our enjoyment!"

The white jacket understating F17 aircrafts as toys raises another important issue, just as the skirt with the motif of the huge mountain surrounded with embroidered eyes is also likely to trigger conversations that last more than one metro stops.

While the masculinity characteristic of the autumn-winter collection is very much traceable in the spring-summer line as well, the collection features a few cocktail dresses along the military designs created for the fictive, internet-based revolution. Despite its serious contents, the collection never becomes mannered, thanks to the designer's sense of humor, and that she always keeps her audience in mind.

"You know, I'm still a girl...At the studio we have nicknames for some of the pieces, like the ex boyfriend dress or the sweaty patchwork dress. When you know your ex is gonna be at the party, it's a fucking emergency and you need a dress that makes you look amazing. It's the strapless one with the corset and the slit. There's two, one yellow, and one brown and red. In case you have two ex boyfriends..."





egy ruha, amiben fantasztikusan nézel ki, igazi életmentő. Ez a pánt nélküli darab fűzővel és felsliccelve. Két színben létezik, sárgában és barna-pirosban. Arra az esetre, ha két exed van...”

Életünk egyre nagyobb mértékben terjed ki virtuális felületekre, és ez a divatszaktám is kezdi bekebelezni – ezért is fordulhat elő, hogy a Saint Martin’s- on és New Yorkban, a Marchesa-nál eltöltött évek után hitelesen, Ammánból, Jordániából érkezik Nafsika mondanivalója. Merész lépés egy olyan országból irányítani egy divatmárkát, ahol szakmabeliként körülbelül 100 ember definiálható, de már tudjuk, hogy Nafsika bízik az internetben és annak formáló erejében. “Remélem a dolgok megváltoznak, mert jelen formájában az egész divatrendszer értelmetlen, idejétmúlt. A dolog iróniája, hogy az egész iparág az újdonságra épít és az működteti.”

Egy olyan tervező esetében, aki ilyen expresszív módon dolgozza fel személyes érzéseit, különösen meghatározó, hogy honnan érkeznek a kiváltó impulzusok. Nafsika esetében úgy tűnik, hogy erre Ammán az ideális helyszín. Ez azt is sugallja, hogy forradalmi alkotókat keresgélve nem célszerű a London–Milánó–Párizs vonalra fókuszálnunk.

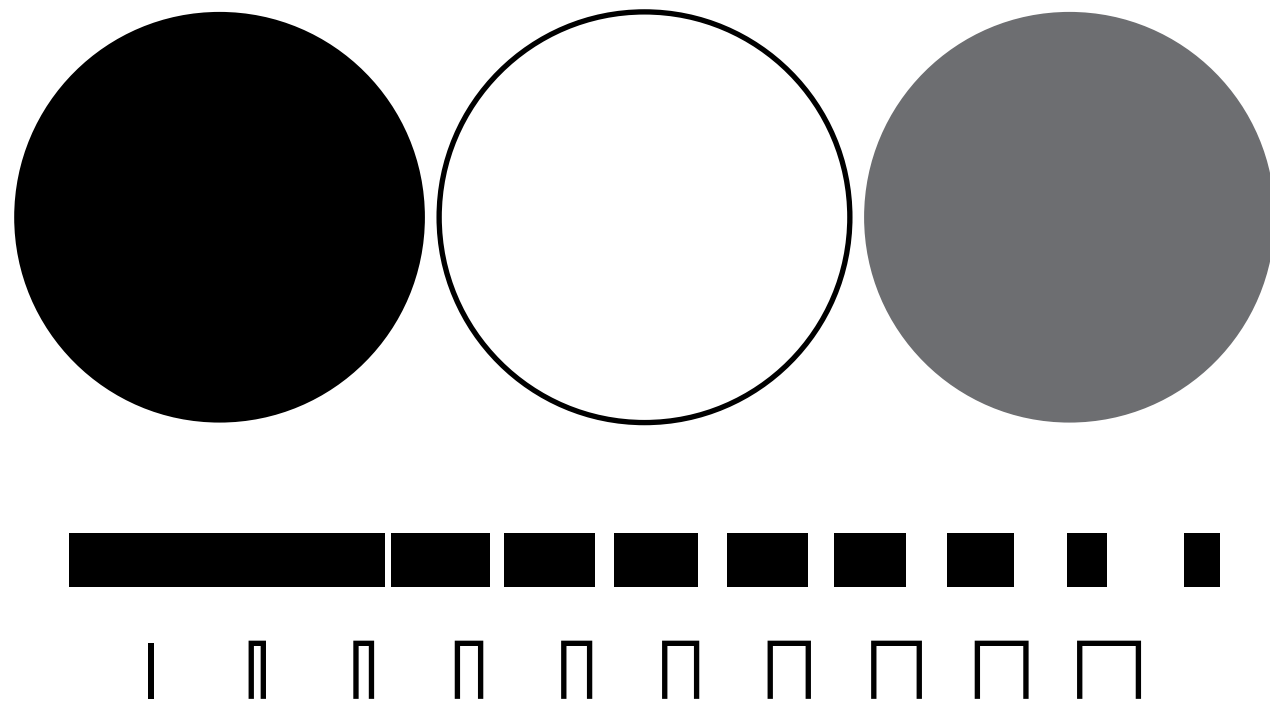
Our lives move more and more to virtual platforms, and that starts to break the fashion world as well - that’s the reason why, after years spent at Saint Martin’s and at Marchesa in New York, the authentic voice of Nafsika arrives from Amman, Jordan. It is a brave step to direct a fashion brand from a country where the fashion business covers as much as around a 100 people, nevertheless Nafsika believes in Internet and its capacity to affect. “I hope things do change because the whole fashion system makes zero sense anymore, it’s so outdated. The irony is that we are an industry built and powered by newness”.

In the case of a designer who processes her personal perceptions in such and expressive way, the sources of impulses are of extreme importance. For Nafsika, the perfect location for that seems to be Amman. This also suggests, that we should not focus on the London-Milan-Paris axis when looking for truly revolutionary designers.

ARE YOU READY TO WEAR?

Words by Eszter Boldov

Photos by Orsolya Luca



Az elmúlt két-három szezon alkalmával elkövetett magánakcióival több divattervező is aláaknázza a szakmáról szép, olajozott gépezetként lefestett képünket. A divat rendszere évtizedek óta most megy keresztül a legnagyobb változáson, ami a dolog szenzációját adja, az pedig nem más, mint hogy saját termékáradatával igyekszik szemben úszni egy egyre gyorsuló világban.

Throughout the last two-three seasons, with some well-executed private actions, some fashion designers managed to undermine the image showing the business as a beautiful, smoothly operating machine. Ever since the last couple of decades, the system of fashion is undergoing a major transformation right now, and what is sensational about that is that it intends to go against its very own overflow of products in an ever-accelerating world.



„Akik igazán kortársak, azok ők, akik nem egyeznek ki tökéletesen az adott idővel, nem alkalmazkodnak az elvárásaihoz... A kortárság ennél fogva az a kapcsolat az idővel, ami az elváláson keresztül kötődik hozzá.” Ezt írja Alessandro Michele a Gucci 2015-ös ősztéli show-jának ültetőkártyáján, amely esemény a divat forradalmasítását kiemelt mozzanatként is definiálható. Az akkor még kevésbé ismert Gosha Rubchinsky, a csendben tevékenykedő Vetements, a 2016 márciusa óta a Vetements tervezője, Demna Gvasalia kezei közt újradefiniált Balenciaga, Saint Laurent, majd az idén februárban „see now buy now” hozzáállást bejelentő Burberry, Tom Ford és Proenza Schouler mind rászánták magukat egy shortcutra, ami a tradicionális értelemben vett luxust a termékek ára és megközelíthetetlenége helyett az önkifejezés privilégiumával igyekszik felülírni.

Raf Simons Cathy Horynnak adott interjújában kitűnően egy mondatba sűrítette mindazt, ami a divat jelenlegi állapotát jellemzi. „A divat népszerű lett. Nem tudom eldönteni, hogy ez jó-e vagy rossz. Csak azt tudom, hogy elitista volt. Nem tudom, hogy szegényelnünk kell-e magunkat, hogyha bevalljuk, hogy talán jobb volt, mikor elitistább volt, nem szólt mindenkinek. A divat most már mindenki számára elérhető.” Mielőtt még kapásból a technológia (túl)fejlettségét vagy az internet térhódítását kezdenénk okolni, kicsit nézzünk körül a high street márkák háza táján is. Hogyan válhat a divat elitistából poppá, a potenciális vásárlórétet újradefiniálása nélkül? A high fashion 'fogyasztóinak' körét márpedig bővítenünk kell, köszönhetően a szinte bárki számára elérhető márkák azon szokásának, hogy a legnagyobb divatházak trendjeibe igyekszik öltöztetni szinte mindenkit, aki elsétál a kirakatuk előtt. A Chloé, Valentino, Céline kollekciók szinte megszólalásig hasonlító re-kreációit hamarabb viseljük, és egyszerre látjuk szembejönni velünk az utcán, mint hogy eljutna a luxus divatház vásárlóihoz. A legnagyobb trendek nemcsak hogy leszivárognak a divatszakra krémjétől, de olyan hihetetlen gyorsasággal teszik ezt, hogy szinte el is használódnak, mire Phoebe Philo tervei a Celine üzletébe kerülnek.

Vastag pénztárca nélkül is lehetünk stílusosak, de biztos, hogy ezt a Zara törzsvásárlójaként akarjuk elérni? Hedi Slimane, Alessandro Michele, Demna Gvasalia, Gosha Rubchinsky ahelyett, hogy ujjal mutogatnának ránk, egy elegáns gesztussal nyitják fel a szemünket és láttatják meg velünk a divat valódi jelentőségét. A Saint Laurent hirtelen irányváltását többen is összevont szemöldökkel fogadták, mikor 2012-ben a rock'n'roll sztár és az it-girl keresztezéseként a kifutón masírozó tinilányok hada elhagyta az új kreatív igazgató, Hedi Slimane backstage-ét. Azóta szerencsére leesett a tantusz, és a kollekció korszakalkotóként lett elismerve, a tervezőt Yves Saint Laurent reinkarnációjaként emlegetve. Annak ellenére, hogy a brand 2015-ben az eladásokat nézve listavezetőként végzett a Net-a-porter-n, megkérdőjelezhető, hogy a divatház jelenlegi fókusza tényleg a horroribilis összegeket hozó eladásra esik-e. A Saint Laurent-lány mára fogalom lett, egy újabb opciót kínálva ezzel a magukat 'karakterként' definiálni akaró divatrajongóknak. Alessandro Michele jó értelemben 'szedett-vedett' kollekciói, a Vetements utcáról kifutóra copy paste-elt lookjai és Gosha Rubchinsky lakótelepről csent tracksuitjai mind ugyanazt az üzenetet közvetítik. „Nézz körül, mit látsz? Inspiráldj az utcáról! Válassz, hogy hová szeretnél tartozni!” A kollekció nem a vásárlásra

„Those who are truly contemporary are those who neither perfectly coincide with their time nor adapt to its demands...Contemporariness, then, is that relationship with time that adheres to it through a disconnection.” writes Alessandro Michele on the seating card of Gucci's 2015 autumn-winter show, an event that can be seen as the trigger of a revolution in fashion. The silently working Vetements, then lesser known designer Gosha Rubchinsky, along Balenciaga, as redefined by Vetements' designer Demna Gvasalia since March 2016, Saint Laurent, then Burberry, Tom Ford, and Proenza Schouler announcing a new “see now buy now” attitude, they all opted for for a shortcut which, instead of emphasizing the products' price and inaccessibility, rather tends to rewrite traditional luxury through the privilege of self-expression.

In his interview for Cathy Horyn, Raf Simons managed to perfectly squeeze into a single sentence what exactly characterises today's fashion. "Fashion became pop. I can't make up my mind if that's a good or a bad thing. The only thing I know is that it used to be elitist. And I don't know if one should be ashamed or not to admit that maybe it was nicer when it was more elitist, not for everybody. Now high fashion is for everybody". Before starting to blame the (over)advancement of technology or the complete conquest of the Internet right away, let's have a look around on the high street brand scene as well. How does fashion turn from elitist into pop, without having the potential buyership redefined? The consumer circle of high fashion should surely be expanded, thanks to that very habit of brands that are available to all, that whoever walks past their shop-window, they intend to fit them into the trends of the great fashion houses. We wear and see on the street almost the exact replicas of creations from the collections of Chloé, Valentino, or Céline, even before they reach the luxury brands' clientele. The biggest trends get not only filtered down from the top of the fashion business, but they do so at such a pace that they become almost worn-out even before Phoebe Philo's designs could hit the Celine stores.

We can surely be stylish without a thick wallet as well, but do we indeed intend to do so as a Zara regular? Instead of pointing at us crossly, Hedi Slimane, Alessandro Michele, Demna Gvasalia, Gosha Rubchinsky opted for an elegant gesture to open up our eyes and expose the true significance of fashion before us. The sudden directional change of Saint Laurent, when in 2012 teenagers born from the cross of rock 'n'roll and it-girls left Hedi Slimane's backstage to flood the runaway, was received with crossed eyes by some. Since then, luckily, the penny has dropped, and that collection was redefined as an epoch-maker, getting the designer cited as Yves Saint Laurent's reincarnation. Even though the brand closed 2015 at the lead position on Net-a-Porter regarding sales, it is debatable whether the fashion house's focus falls on the sales bringing indeed horribly high profit. The Saint Laurent-girl now became a concept on its own, presenting a novel option for fashion-fans wishing to define themselves as "characters". Alessandro Michele's scruffy (in the good sense) collections, Vetements' looks copy-pasted from the street to the runway, and Gosha Rubchinsky's tracksuits nipped from the slums are all transmitting the same message: "Take a look around, what do you see? Get inspired by the street! Make



készítést részesíti előnyben, hanem arról szeretne meggyőzni, hogy formáj véleményét öltözködésével.

A tervező már-már patrióta szerepre váltja a korábbi üzletembert, az utcáról lopott öltözékek szinte elhitetik velünk, hogy a kollekció esszenciája nem is a termék, hanem maga az üzenet. A tervező letűnt korok kosztümjei helyett az utca emberétől merít ihletet, annak a rétegnek az öltözete inspirálja, amelyik számára luxustermékei az elérhetetlen kategóriába tartoznak. Akár be is jelenthetnénk egy új, alázatos, magába forduló divattervezési stratégia megjelenését, ha nem tudnánk, hogy a multiproduct marketing nem csak szimplán működik, de a Saint Laurent bevételét például kétszeresére emelte a tavalyi évben, és pénzügyei terén természetesen az ezennel kultikus márkává avanszált Gucci sem panaszkodhat. A Vetements DHL-futároktól lopott t-shirtje – briliáns iróniával – 300 dollárért szerepel mint slágerdarab a ssense.com-on, a házilag könnyen előállítható Yeezy "destroyed sweater" pedig 2600 dollárba kerül.

A karakteresség ódáját zengik a modellszakma választásai is, olyan arcokkal a kifutókon, mint Ruth Bell, Issa Lish, Binx Walton, Winnie Harlow, Molly Blair, vagy a Vetements esetében a stylist Lotta Volkova. A Balenciaga legutóbbi line-upja is alapot szolgáltatott néhány bosszankodó tweetnek, olyan modelleket szerződttetve exkluzívként, mint Jane Moseley vagy Liene Podina. A hosszú hajjú, babaarcú modellideál lassan a múlté, most a grunge-girl vagy az önjelölt rocksztár pályázik a legelőkelőbb helyekre a kifutókon.

A divatházak fast-fashion márkái közti ellentét egyik fő tényezője a kollekciók megjelenésének időzítése. A Burberry és a Tom Ford mellett a Proenza Schouler volt az, amely idén januárban határozottan a sarkára állt, és egy ügyes, ámde veszélyesnek mondható trükkel igyekszik kibillenteni a Zarát és társait trendet diktáló szerepkörükből. Szeptembertől az említett divatházak darabjai rögtön a bemutató után megvásárolhatóak lesznek, áthidalva a fél éves különbséget a show és a termékek üzletkebe kerülése között. Ezzel a lépéssel egy fokkal közelebb kerülünk ahhoz, hogy a divatszakma utolérje saját magát, hogy a kifutón látott trendek a magazinok kritikáinak nyomásától mentesen, „meglátni és megszeretni” hozzáállással reprezentálják eredeti stílusukat.

A divat demokratizálódása folyamatos tendenciaként írható le, most mégis úgy tűnik, mintha egy lavina indult volna meg. A nem csupán a trendekben, de a divat rendszerében bekövetkező változások pedig azt igazolják, hogy nem pusztán egy múlt hóbortról van szó.

a choice, where you want to belong!" The collection does not prioritise motivating purchasing, but it tries to convince us to make a statement through clothing.

The designer switches the earlier businessman to an almost patriotic role, the looks stoles from the street almost making us believe that the essence of the collection is not the product itself but the message. Instead of the costumes of past ages the designer takes inspiration from the man of the street, getting inspired by the ones for whom his luxurious products are absolutely unattainable. We almost could announce the arrival of a new, humble, inward-looking fashion designer strategy, if we weren't aware that multiproduct marketing does not only simply work, but it doubled Saint Laurent's profit last year, while Gucci, reaching a cult-status by now, cannot complain about finances either. Vetements' t-shirt that was stolen from DHL's carriers, is now with brilliant irony a hit item at ssense.com for sale at 300 dollars, while the Yeezy "destroyed sweater", which can be easily created at home, costs 2600 dollars.

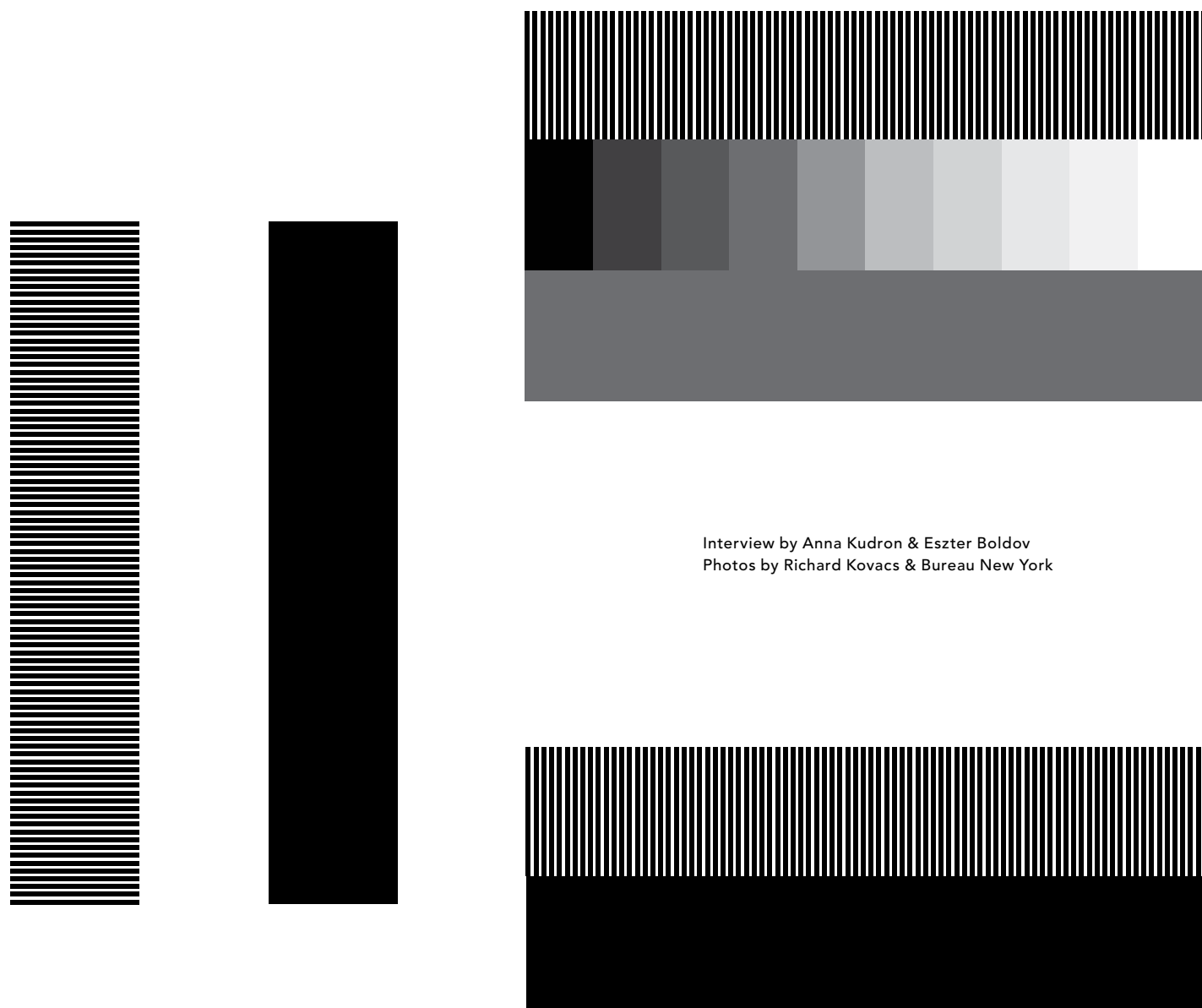
The choices of the modelling business all sing songs about character as well, putting faces on the runway like Ruth Bell, Issa Lish, Binx Walton, Winnie Harlow, Molly Blair, or the stylist Lotta Volkova wearing a Vetements evening dress. Balenciaga's latest line-up provided ground for some cross tweets, as they signed models like Jane Moseley or Liene Podina as exclusives. The long-haired, baby-faced model-ideal will soon become a thing of the past, as the grunge-girls and self-proclaimed rock-stars are taking over the most prestigious places on the runways.

The factor creating the most tension between fashion houses and fast-fashion brands is the timing of collections. Along Burberry and Tom Ford, now this January Proenza Schouler decided to take a stand as well in the form of a clever, yet dangerous trick, in order to dethrone Zara and the likes from their trend-leading roles. From September on, the pieces of the aforementioned fashion houses will be available for sale right after the show, spanning the six-month-period between the presentation and the collections' debut in stores. With this step we will be a tad closer to fashion catching up with itself, and, now void of the pressure of the criticism in magazines and in a manner of love-at-first-sight, to that the trends seen on the runway would represent their genuine style.

While the democratisation of fashion can be described as an ongoing tendency, now it seems as if an avalanche would have started. And the changes surfacing not only in trends but in the wholeness of fashion industry as well confirm that this is not just some passing craze.



THE DEAD BEAT POET



Interview by Anna Kudron & Eszter Boldov
Photos by Richard Kovacs & Bureau New York

A berlini galériák szobrászait, festőit böngészve az ember szemében talán az olyan alkotón akad meg a legkönnyebben, aki láthatóan igyekszik kerülni a konceptuális narratíva ma legnépszerűbb anyagokban történő kifejezését. Vivienne Griffin védjegyei a GIF-ekre készített koreográfia, geometriai absztrakció, kinagyított angol nyelvi játékok festményként - a különböző műfajok szabad felhasználása, nyers, letisztult, minimál kommunikációs csatornák. Milyen egy művész útja az internettől a kőig, mi vonzza őt Ligeti György Kossuth-díjas magyar zeneszerzőhöz? Vivienne Griffin dublini születésű művésszel Londonban készítettünk riportot.

Upon looking through the sculptors and painters of the Berlin galleries, they are those kind of artists who catch one's eye, who openly tend to avoid the conceptual narrative's manifestations through today's most popular materials. Vivienne Griffin's trademarks are the GIF-based choreographies, geometrical abstraction, over-magnified English linguistic games - the free application of different genres, raw, cleaned-up, minimalistic communication channels. What's an artist route from stone to the internet, what draws her to György Ligeti, the Kossuth Prize winner Hungarian composer? We talked to Dublin-born artist Vivienne Griffin in London.



A szövegalapú munkáid a 'The Dead Beat Poet' címszó alatt futnak. Utal ez valamiféle különleges inspirációs forrásra?

Ez egy szójáték, a dead beat a társadalmi kívülállókra használt szleng, míg a beat poet az amerikai beatköltőkre utal. Ugyan a szójátékokat nem könnyű lefordítani, én sokat használom őket a szöveges munkáimban. Elírásokat, nyelvtani hibákat is használok, hogy a nyelvi szabályokkal játszjak, vagy épp áthágjam azokat. Épp írás közben bukkantam rá a jazz-beat költő Bob Kaufman műveire. Nagyon termékeny költő volt, de csak ritkán írta le a verseit, így felesége, Eileen Kaufman jegyezte fel azokat. Kaufmannak komoly kábítószeres periódusai voltak. John F. Kennedy meggyilkolása után pedig a vietnami háború elleni tiltakozásul némaságot fogadott. Amikor vége lett a háborúnak, az egy évtizedig tartó némaságát úgy törte meg, hogy besétált egy kávézóba és elszavalta az "All Those Ships That Never Sailed" c. verset. Elképesztően megrázónak találom a munkásságát, és verseinek a ritmusa nagyon erősen befolyásolta néhány hosszabb lélegzetű szöveges munkámat.

Szereted, ha könnyen értelmezhetőek a munkáid? Úgy értem, hogy egy szöveg önmagában gyakran megkapó lehet.

Azt szeretem, ha a munkáimnak van egy "belépőszintje", de ugyanakkor olyan referenciákat is tartalmaz, amelyek nem mindenki számára nyilvánvalóak, ezek főként történelmi utalások. Úgy gondolom, hogy mindenkinek megvan a képessége, hogy leszűrjön valamit egy műalkotásból, direkt vagy indirekt módon. Sosem feltételezem, hogy a közönség kezét - akár jártas a művészetben, akár nem - fogni kéne a műtárgy mellett.

Szoktál aggódni amiatt, hogy mit szűrnek le az emberek a munkáidból?

Egyre kevésbé.

És az internetnek köszönhetően egyre több mindent szűrünk le. Mit gondolsz, ez az óriási mennyiségű információhalmaz hogyan hat a művészeti világra?

Az online, ideiglenes tartalmak túltelítettségére az én válaszom az volt, hogy olyan hagyományos anyagokhoz fordultam, mint a kő és a rajz. Egy olyan folyamatban akartam elmerülni, ami az időről mesél. A digitális felületek azt befolyásolják, ahogy a hangról gondolkodom, és ahogy az emberi hangot felhasználom a hangalapú munkáimban. Elektronikus hangmintákat készítek, és ezek adják a kontextust a beszédhez vagy a régebben használt, szöveget hanggá alakító szoftverekhez. Ez munkáról munkára változik.

Sarah Kane 4 48 Psychosis c. munkája egy érdekes választás.

Sarah Kane egy nagyon érdekes író, akkor robbant be, amikor még egyetemista volt. Másfél évvel azelőtt lett öngyilkos, hogy a 4 48 először került bemutatásra. Úgy olvastam el a darabot, hogy még semmit sem tudtam róla, de felfedeztem benne egyfajta fekete humort, ami hasonlított arra, amikor először

Your text based work runs by the slogan THE DEAD BEAT POET. Does this refer to a special inspiration?

It's a word play, dead beat is slang for a social dropout and beat poet references American Beat poets. Word plays don't translate very well, but I use a lot of them in my text pieces. I also use misspellings and grammatical errors to break/play with the rules of language. At the time of writing that I had just come across the work of the jazz beat poet Bob Kaufman. He was a prolific poet who rarely wrote down his poems, his wife, Eileen Kaufman, wrote them down. He preferred to spontaneously recite poems either memorized or improvised. Kaufman had suffered from serious periods of substance abuse. He also took a vow of silence for ten years after John F Kennedy was assassinated in protest of the Vietnam war. When the war ended he ended his decade of silence by wandering into a coffee shop and reciting a poem called All Those Ships That Never Sailed. I find his work incredibly moving and the rhythm of poems were influential on some longer text pieces I've been working on.

Do you like your work to be easy to understand? I mean, text based work can be kind of catchy.

I like my work to have a point of entry but also other references that not everyone will see, usually historical references. I think everyone has the capacity to derive something from an artwork either directly or indirectly. I never assume an audience (whether they are art literate or not) needs to be hand held through art work.

Do you worry about what people perceive from your work?

Less and less so.

And we are deriving more and more, thanks to the internet. How do you think this huge amount of information influences the art world?

My response to the over saturation of temporary content online was to turn to traditional materials and media like stone and drawing. I wanted to engage a process that spoke about time. Digital interfaces influence how I think about sound and the use of the voice in sound works. I make electronic sound and use this as a context for spoken text works or in the past text to voice software. It varies from piece to piece.

4 48 Psychosis by Sarah Kane is an interesting choice. (The robotic version of English playwright was used in the exhibition titled he Me Song for Now Here at Bureau)

Sarah Kane was a very interesting writer, she shot to fame when she was still at university. She committed suicide a year and half before 4 48 was first performed. I read the play without knowing anything about her and I found a dark humor in it similar to when I first read Waiting for Godot by Samuel Beckett. The play doesn't have explicit characters or stage directions so I put the piece through text to voice software. It was surreal to hear the computer generated voice have deeply existential





került kezembe Samuel Beckett-től a Godot-ra várva. A darabban nincs semmiféle konkrét utasítás a karakterekre vagy a színpadra vonatkozóan, úgyhogy egy hangszoftverrel olvastattam fel. Néhányan viccesnek találták, mások nyugtalanítóknak, vagyis igazi megosztó munka volt.

Ezeket a hangokat egy minimalista környezetbe helyezed... Mikor kezdett érdekelni a minimalista művészet?

Tony Smith munkái akkor keltették fel a figyelmemet, mikor a Hunterben, New Yorkban tanultam. Az egyik műve a Lexington Avenue-n van kiállítva, a Hunter közelében. Sikerült megszerezni egy eredeti dokumentum-felvételt az installálás folyamatáról. A mű egy masszív fekete struktúra, és a látvány, ahogy egy darun átrepül a midtown fölött, nagyon megkapó volt. A minimalizmusnak az a történelme és hagyatéka befolyásolja a munkáimat, mely New Yorkban született egy meghatározott időszakban.

Milyen egyéb tapasztalatok hatottak rád inspirálóan?

Amikor tinédzserként először voltam a Tate Modernben, a New York-i élet, és amikor tavaly Izlandon voltam egy rezidencia-program keretében.

Fel tudod idézni az első olyan emlékedet, amikor készíted az éreztél az alkotásra?

Tiniként sokat rajzoltam újságpapírra, és mindig írtam, de sose vettem semmit se túl komolyan.

Előfordult, hogy megkérdőjelezted, művész vagy-e?

Amikor először elkezdtem, nem szerettem magamat művészként definiálni.

Mesélj nekünk a legújabb, készülő kiállításodról!

Az új kiállításom egy performansz Litvániában két másik művésszel, Kaspars Groshevsszel és Cian McConnal közösen. A darab egy próbafolyamatból nőtte ki magát, amikor különböző módokat kerestünk arra, hogy hogyan tudnánk a digitálisan közvetített tapasztalatokat fizikai környezetbe átültetni. GIF-eket használunk a tánc egyes fázisaihoz, amiket digitális hangmintákból vett ismétlődő akkordok kísérnek. Nagy rajongója vagyok Ligeti Györgynek, a munkássága nagyban hatott a polifonikus akkordokra, amiken épp dolgozom most ehhez a darabhoz.

Gyűjtesz műtárgyakat?

Szoktam cserélni műveket. Van néhány szép festményem, pár kerámia és kis szobor, illetve sok hangfájl. A műgyűjtés számomra egy személyes élmény, mely kapcsolatok, helyek, idők lenyomatát hordozza.

A kiállítás a The International Contemporary Art Festival-on, a Survival K(n)it 7 keretein belül kerül megrendezésre Rigában, szeptember 4 és 20 között.

thoughts. Some people found it funny and other people found it disturbing it was a crowd divider.

You place these sounds in a minimal environment...When did you become interested in minimal art?

I became interested in the work of Tony Smith when I was studying at Hunter, in New York. One of his pieces is on Lexington avenue near Hunter. I got access to original documentary footage of the piece being installed. Its a monolithic black form and seeing it move through New York city, flying through midtown on a crane was a very evocative image for me. I was influenced by the history and legacy of minimalism born out of a particular time frame in New York and it informed my work.

What have been some of your other inspiring experiences?

When I first visited the Tate Modern as a teenager, living in New York and visiting Iceland last year for a residency.

Do you remember the earliest memory of wanting to create something?

As a teenager I made a lot of drawings on newspapers, I always wrote but I never took anything too seriously.

So did you ever doubt you were an artist?

When I first started I didn't like to call myself an artist.

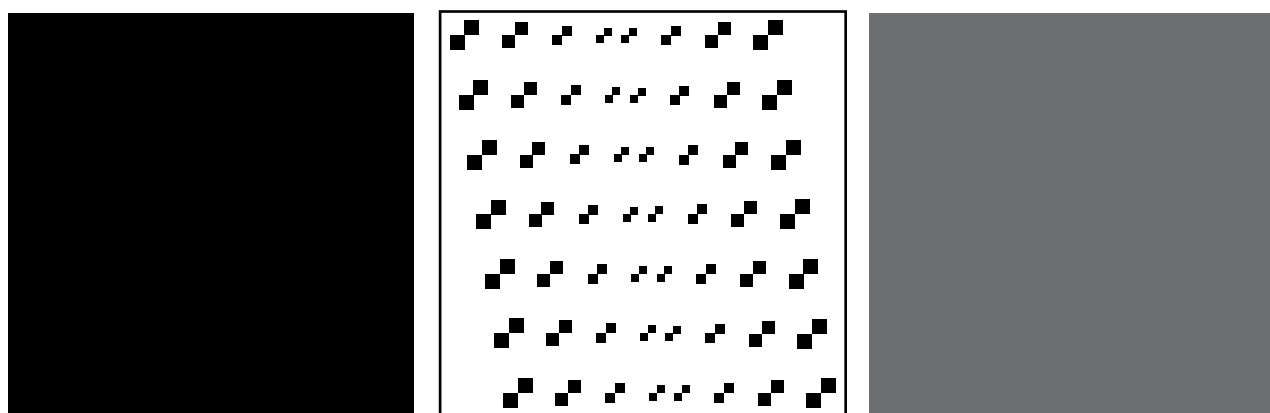
Tell us about your newest exhibition!

My next show is a performance in Latvia with two other artists, Kaspars Groshevs and Cian McConn. The piece evolved from rehearsals when we were looking for a way to physicalize digitally mediated experiences. We are using GIFS as choreography for dances phrases and repeated live harmonies derived from digital sound loops. The only stage lighting in the performance will be from phones and laptops. I am a big fan of György Ligeti, his work has informed the polyphonic harmonies I am currently developing for this piece.

Do you collect art?

I trade work with people. I have some beautiful paintings, some ceramics and small sculptures, lots of sound files too. Collecting art is a personal experience for me connected with relationships, place and time.

Vivienne's new show takes place at The International Contemporary Art Festival Survival K(n)it 7, in Riga from 4 to 20 September.



PUCCINI AND LEATHER STOCKINGS

Words by Laura Marx

Idén tavasszal a kontrasztok és ellentmondások szezonja érkezik, sugallják a divatfilozófusok, ami azt jelenti, hogy stílusok és a felidézett divattörténeti korszakok tőlük idegen szövetekbe költözködnek, textilek és kiegészítők nem várt, extrém funkciókat töltenek be, és az évszakok, valamint az időjárás talán még kevésbé befolyásolja a designerek kollekcióit, mint azt korábban megszoktuk. A jin-jang, a világ egymással ellentétes, kozmikus erőinek egységét szimbolizáló évezredes jelkép láthatóan nem hullik most sem atomjaira. Az olyan, termékeny ellentmondások által ihletődő tervezők, mint Alexander Wang, Karl Lagerfeld, Miuccia Prada, vagy az akkora szakmai tudással, múlttal és a romantika iránti végzetes hajlandósággal bíró márkák, mint a Dolce&Gabbana és a Balenciaga ihlető titkos Múzsái most nagyon is jól láthatóakká válnak. A nyomukba eredünk.

This spring the season of contrasts and contradictions arrives, suggest the fashion-philosophers, which means that the styles and invoked periods of fashion history will be woven into a new texture alien to them, the textiles and accessories will be fulfilling extreme, never-before expected roles, and finally that the seasonal climate and weather conditions have even lesser effect on designers' collections than we are used to. Yin and Yang, the thousand-year-old symbol of the opposing cosmic forces of the universe won't be dismantled to pieces this season either. Designers inspired by fruitful contradictions like Alexander Wang, Karl Lagerfeld, Miuccia Prada, or the huge brands in possession of immense professional experience, history, and fatal attraction to romanticism like Dolce and Gabbana, and the secret inspiring Muses of Balenciaga, became all very much apparent now. We are following up on them.



A divatot az újdonság varázsa mellett az ellentétes erők tartják mozgásban. Mindig megfigyelhető a jó kislány–rossz kislány, a bronx-i utcalány és a Csipkerózsika ellentét vonulata, éppúgy, ahogy a férfidivatban is mindig ott a hajthatatlan, cyber-Casanova és a legyűrt zoknis Nemecek prototípusa, à la Pál utcai fiúk. Legjobb példa utóbbi nemzetközi felbuklására most az olasz tavaszi menswear kollekciók között a Prada-é. Miuccia Prada, akinek trendformáló kollekciói sosem mentesek politikai utalásoktól (politikatudományból szerzett PhD-t hajdan), most nagyon erősen kettébontotta a női és férfi szezon, kreatívja, Fabio Zambenardi segítségével. A férfi vonal a neorealista filmek szegénygyerekének zokniját és rövidnadrágját kapta meg: kiegészítők terén a lerogyó zokni, nadrágtartó, és a drapp színek biztosítanak klasszikus esettséget és félnk, de itt-ott azért felcsillanó vagányságot a kollekciónak. A gyerekkorra és a gyerekkor manipulálhatóságára való utalások sora folytatódik a komplett szettekben, amelyek katonai, erdész és ki tudja, milyen egyenruhák ihletődéseire készültek. Ezzel szemben a női kollekció sokkal kevésbé infantilis, bár a zoknimegoldások, a cipzáros felsők és a minták azonosak. A női ruhákon például áthúzott szemeket láthatunk, talán a feminista „Ne tekints tárgynak!” jelszóra való utalásként?

A Prada retro-eklektizmusa nem szokványosan friss, nem közhelyesen vidám, artistikus, szentív nő arcképét rajzolja meg. Arisztokratikus és futurisztikus a kollekció, erőteljes, kicsit a bohóckosztümbe hajló színekkel, szívfájdító tükörrel, mégsem finomkodó – egy nő a kozmikus gangról. Kissé talán túl eklektikus – de nem a nőiség, hanem hangsúlyozottan a klisék rovására. Ez az erénye, ahogy a klisékkel elbánik. Meg merem kockáztatni, hogy egyesek izléstelennek érzik a geometrikus formák, a horgolt kiegészítők és az átlátszó anyagok egyvelegét: de nagyon érdekes ebben a szezonban, ki mit rejt az átlátszó anyagok alá. A Prada ebben a show-ban olykor a teljes öltözetet, komplett szoknya-blúz együttest. Miért?

Alexander Wang az ellentétek nagymestere. SS 2016 kollekciója – szemben a Balenciaga-éval, ahol évek óta ő a kreatív igazgató – egyfajta visszatekintés tervezői pályafutására, egyben a depresszív street cool, összezilált glamúr, a klasszikus New York-i glossy-val ellentétes attitűd megtestesülése, mintegy annak antitézise, talán a leszakadó youth culture iránti szánalom, valamint a vallomás műfajának kifutóra koreografálása. Wang zseniálisan ráérez a hétköznapi hangulatra, és hatalmas energiát tud pumpálni a legegyszerűbb ruhadarabokba; ebben a szezonban a sima fehér póló és a fekete kezeslábas munkaruha, a túlméretes bomberdzseki és a bármelyik turiban fellelhető szakadt farmersort képezi a kollekció fővonalát, komor arcú, tépett hajú, erőt, ugyanakkor kétségbeesést sugárzó modellek bemutatásában. A szokásos Wang-féle csuklyás pulcsik, ormótlán szoknyák, megszagott anyagszéllek között néha feltűnik egy-egy teljesen klasszikus estélyi, de olyan ronda hússzínű selyemből, hogy alig várjuk, hogy eltűnjön.

A Wang-féle adrenalin a fekete-fehér, drámai kifutón és a basszus dübörgésén túl a hétköznapi darabokba vitt energia-kapszula. A modellek egyszerre idézik az edzőterem, a mellékutca és a drogos hétköznapiok reménytelen hangulatát, de a fiatalság ellentmondást nem tűrő erejét is.

Besides the magic of novelty, fashion is fuelled by the tension between opposing forces. The good girl-bad girl, Bronx street girl vs Sleeping Beauty contradictions are always present, just like prototypes of the relentless cyber-Casanova and the kind guy with the rolled socks. The most relevant example for the appearance of the latter one amongst the spring menswear collections is that of Prada. Miuccia Prada, whose trend-defining collections have never been void of political allusions (she obtained a PhD in political science), now separated the men and women line very markedly, with the help of her creative assistant Fabio Zambenardi. The men's line is characterised by the poor boy's socks and shorts of neorealist films: accessories like floppy socks, braces, and beige colours ensure a classically graceless look, still demonstrating flashes of coolness here and there. Allusions to childhood and the manipulative facet of childhood appear one after the other in full sets that got inspired by army, woodman, and various other uniforms. As opposed to this, the women's collection is less infantile, even though the socks, zipped tops, and some patterns are shared between the two. Motifs of eyes crossed appear on women's dresses, alluding probably to the feminist catchphrase "Don't consider me an object".

Prada's retro-eclecticism draws the face of a woman who is not conventionally fresh, neither stereotypically cheerful, but artistic and sensitive. The collection is aristocratic and futuristic, with powerful colours leaning towards clown-costumes, heart-wrenching perfection, yet not genteel - a woman from the cosmic yard. It might be a tad too eclectic, but not at the expense of femininity but emphasised the clichés. I might risk that some find the turmoil of geometrical patterns, crocheted accessories and transparent materials distasteful: but it is of crucial interest this season what is put beneath those transparent materials. For Prada, this is often a complete set, a skirt-blouse combo this season. But why?

Alexander Wang is the great master of oppositions. His SS16 collection, quite contrary to Balenciaga where he has been the creative director for some years now, is a kind of retrospection on his designer career, while being the manifestation of the depressive street cool, ragged glamour, and an attitude completely opposing the classical New York glossy as a kind of antithesis at the same time, choreographing probably the pity towards the drifting-off youth culture, and the genre of the confession to the runway. Wang has an ingenious tendency to feel the vibe of the everyday, and can boost up with energy even the simplest pieces of clothing: this season the basic white t-shirt, the black boiler suit, the oversized bomber, and the ripped shorts present in every vintage stores make up the core of the collection, presented by hollowed faced, ripped-haired models transmitting an air of power yet dismay. Amongst the traditionally Wang hoodies, cumbersome skirts, and ragged edges, a few evening gowns appear, but they are made out of such hideous meat-coloured silk that one cannot wait for them to disappear.

The Wang-type adrenalin, beyond the black-and-white, dramatic runway and the beating of the bass, is the energy-capsule infused into everyday pieces. The models recall the hopeless atmosphere of gyms, back-alleys, and drugged days, simultaneously with the



Simán lehetne bármelyik modell egy isten háta mögötti vidéki műút mellett stoppoló lány is. Minden a klasszikus esztétikai diszciplínától jó távol.

Távol lenni. Rójtok, hálók, khakiszín – együtt. Kioltják egymást. Nihil, szakadék. A kollekciónál az jut eszembe: honnan jössz?

A Balenciaga-show szimbolikus úszómedencék mellett zajlott, és nagyon megvariált selyem minikből, maxiruhákból és luxuspizsamákból állt. A Balenciaga nagy múltú divatház, amely Rothschildokat és Bismarckokat öltöztetett. A mostani kollekción a kissé irányt vesztett Csipkerózsika vonalba illeszkedik: tétova, energiát nem sugárzó modellek mell alatt megkötött, alsó-felsőnemű ruhákat mutattak be kizárólag fehér színben, lapos csipkecipőkben. Bő, csíkos pizsamanadrágok, kis csipkés mellények, nem sikkes, inkább extrém, de unalmas, álmos hangulatban.

A fodrok, selymek, átlátszó, lenge luxusmellények, romantikus, csodálatosan eső, gyönyörűen varrott egybenruhák, bő, 20-as éveket idéző ujjakkal figyelmeztettek, hogy a Balenciaga arisztokratákat öltöztet, a Wang pedig megapop sztárokat.

A kollekción a 18. századi uralkodói alsóneműkből is inspirálódott, burjánzanak benne a csipkék, fonatok, lógó fonalak, sugárzik a szex és az enerváltság, túldíszítettségükben is törékenynek maradó sziluettek mozognak előttünk.

Kívül viselt melltartó, ezüst dohány- vagy mobiltok, mindenre kész arckifejezés – mármint minden meglepetésre. A nő, aki szaténban csinálja végig a harmadik világháborút.

A Dolce&Gabbana nyári kollekcióna Italy is Love címszó alatt virágözönt idéz, de az energikus modellek nem álmagon lebegnek, hanem trappolnak és szelfiznek a kifutón. Minden a régi Rómáról, Firenzéről, Nápolyról és az olasz életörömről szól, retro Italiano hangulatban. Csipkés ruhák százai vonulnak előttünk Fellini-filmek jeleneteivel, fürdőruhák Pisa felirattal, pántos ruhák, tipikus 60-as évekből nagy kabátok, kellékeként kosarak, narancsfülbevalók. Fekete pizsama szettek tengeri csillaggal, napernyőkkel díszítve. Csipkenyakkal: elegáns, erőteljes, játékos nosztalgia ez, amelyben életre ébred a múlt, a valaha volt életkedv pár percre fellüktet. Gyöngy, virágtiarák, és kendők lobognak – és elcsodálkozunk, hova lett mindez mára?

Biztosan jelent valamit, ha egy olyan brand, mint a Chanel, az ízléstelenséget választja témájául egy kollekciónál; ez is üzenet, már ha üzenetet akarunk. Ha valamit kín végignézni, akkor az beég az agyunkba.

A Chanel Cruise! trükkösen gusztustalan kollekción, amely egyszerre idézte fel savanyúcukorka színekben és plasztikhangulatban a 60-as évek zsorzett kiskosztümjeinek, egzisztencialista filmjeinek, a háziasszonyok konyhai viseletének, a 80-as évek karikákból fűzött öveinek és aerobic ruháinak aszimmetriáját, az orosz kalácsfrizurának és a Mickey Mouse-filmek romlott agresszivitásának már Bowie által is parodizált világát. A show-ban egyetlen komolyan vehető elem sem volt látható – szándékosan ízléscímossá varázsolták. Lakknadrágok, ezüst kezeslábasok szerepeltek hatalmasra húzott, kifejezéstelenre sminkelt rajzfilmszemekkel, ráadásként horror-hangulat lebegett a levegőben. A show majdnem húsz perc, és olyan érzés végignézni, mintha beszorultunk volna egy ridikülbe, egy csomag cukor és egy

self-assertive force of youth. Any of the models would do as a chick hitch-hiking chick near a countryside road. Everything in a far distance from the classical aesthetic discipline.

Being far away. Fringes, nets, khakis all together. Blacking out each other. Nihilism, chasm. The collection brings the question 'where do you come from?' to my mind.

The Balenciaga show was staged next to symbolic swimming pools, and featured very mixed-up silk minis, maxi dresses, and luxury-pyjamas. Balenciaga is a fashion house with a great history, clothing Rothschilds and Bismarcks. This collection fits more in line with the idea of a Sleeping Beauty who lost direction: hesitant models void of energy present underwear-like gowns tied under the bust, exclusively in white, wearing laced flats. Wide, striped pyjama-trousers, laced vests, not chic but rather extreme, yet in a rather bored, sleepy mood.

The frills, silks, transparent, airy luxury-waistcoats, the romantic, beautifully falling and sewn-together long dresses, with their wide, '20s-like sleeves, reminded all that Balenciaga is dressing up aristocrats, while Wang pop-stars.

The collection was inspired by the underwear of 18th century royals, with the over-abundance of laces, plaits, hanging strings, beaming with sex and enervation, presenting silhouettes that remain delicate even in their over-embellishment.

Bra worn on top, sliver tobacco or phone case, a face ready for anything - more precisely, any kind of surprise. The woman, who will make through world war 3 wearing satin.

Dolce&Gabbana's summer collection, under the catchphrase 'Italy is Love', is recalling a flower-flow, but the energetic models are not sleepily flowing above the runaway, but rather trotting down and taking selfies. Everything is about the old Rome, Florence, Naples, and the Italian dolce vita, in the retro Italiano mood. Hundreds of lace dresses are marching in front of us, recalling scenes from Fellini films, swimsuits with Pisa inscription, strappy dresses, typically 60s oversized coats, baskets and orange-earrings as accessories. Black pyjama-sets embellished with sea-stars and parasols. Laced necks: elegant, forceful, playful nostalgia, where past comes alive and old lease of life is revived. Pearl, flower-tiaras, and scarves flying around - one might wonder where all this has gone by today?

It surely means something that a brand like Chanel choses indecorum as the theme of their collection, and it is a message, in case we intend to convey a message. If it's a pain to look through something, then it will be engraved in our minds for sure.

Chanel Cruise! managed to compile a trickily disgusting collection, that with the candy-colours and plastic-feel manages to revive the 60s' Georgette-suits, existentialist films, housewives' wear, the circle-interlinked belts and asymmetric gym-wear of the 80s, Russian braids, and the rotten aggressivity of the Mickey-Mouse films already parodied by Bowie (Life on Mars) all at once. The show did not contain a single serious element, patent pants, silver overalls were taking stage with cartoon-like vacant eyes, yet the whole still carried an air of horror.

The show lasted almost twenty minutes, and to watch the whole thing feels like as if we got stuck between a pack of candy and





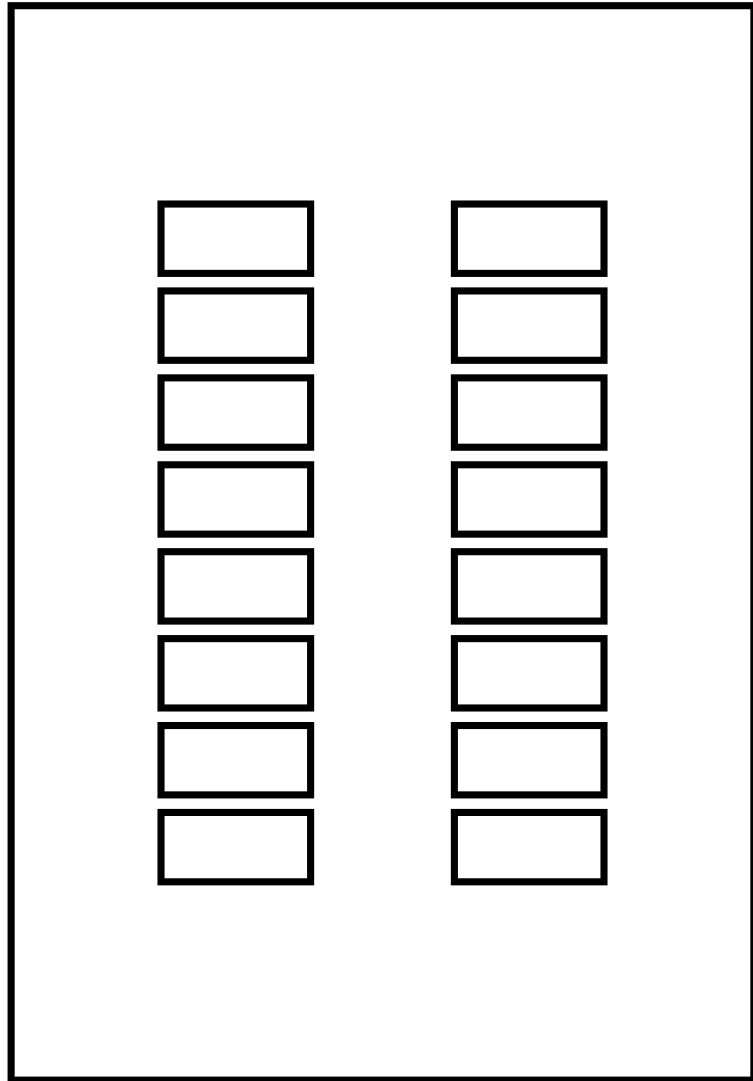
tampontasak közé, valamikor a 80-as években, és egy walkman is szólna, de mintha be lenne ragadva. Nagy hangulat. Nem szégyen giccsből inspirálódni, és a mesék rejtett keserűségét hangsúlyozni.

A felsorolást látva talán nyilvánvalóvá válik, hogy a tervezők általános feladata, hogy szezononként újabb impulzusokkal ébresszenek rá bennünket egy adott életérzés létjogosultságára, legyen akár jin, akár jang a megfelelője. A divathónapot figyelemmel követve nagy valószínűséggel manifesztálódik egy kifutón egy olyan lelkiállapot, álmokkép, amely legbelső énünket simogatja. A Balenciaga arisztokratikus műzsái vagy Dolce&Gabbana signorinái kitűnően értenek ahhoz, hogy előcsalogassák – ha csak egy percre is – a bennünk rejlő alteregót, aki az aktuális szezonban öltözékünk alaphangját adja, akár egy magunkra kötött masni erejéig is. A divatszakmának minden szezonban kijut az a feladat, hogy a fogyasztóiban megbújt olasz divát, lázadó rock'n'roll hercegnőt vagy éppen erélyes üzletasszonyt egy impozáns show-val csalogassa elő. Mivel vásárlók tömegeiről van szó Abu Dhabitól egészen Tokióig, ezért karakterek nagyon széles skáláját kell felvonultatnia, hogy bárki, bármilyen háttérrel megtalálja az ideális inspirációt. Igaz, hogy a tavasz-nyári szezon lágy melegsége és az ősztéli kollekciók hűvös pikantériája erősen meghúzza a határt az inspirációk repertoárját illetően, mégis biztosak lehetünk abban, hogy a divat egyensúlyát több száz éve fenntartó, társadalmi szinten szerteágazó ízlés mint szűrő továbbra is biztosítja a jin és jang egyensúlyát.

tampons, somewhere in the 80s, and a walkman is playing in the distance but it is always stuck. Great ambiance. It is not a disgrace to get inspired by kitsch, and to emphasise the hidden bitterness of fairy tales.

Seeing this enumeration, it becomes obvious that the general assignment of designers is to confirm the *raison d'être* of certain lifestyles, be it yin or yang, through newer and newer impulses from season to season. Following up the fashion months, one might recognise a state of soul and dreamscape being manifested on the runway which is caressing our inner ego. Even if only for a brief moment, the aristocratic muses of Balenciaga, or Dolce&Gabbana's signorinas know well the way to call on our inner alter-ego, providing the keynote for our clothing for the season in question, be it a bow we tie on ourselves. The fashion scene is assigned each season to call forth, through an imposing show, the Italian diva, the rebellious rock'n'roll princess, or the determined businesswoman living inside the audience. Since they have to attract a mass of customers stretching from Abu Dhabi to Tokyo, a very wide range of characters have to be showcased in order to allow people from diverse backgrounds find their ideal inspiration. While noting that the soft warmth of the spring-summer season, and the cool sauciness of autumn-winter collections put a limit on the possible repertoire of inspirational sources, we still can be sure of that the balance of fashion will be held up by the centuries-old, socially diverse tastes, serving as the filter for maintaining the harmony of yin and yang.

YUMI
by Nicolas Kantor



Styling KRISTINA GOLIGHTLY
Hair MARTIN CULLEN @ Streeters
Makeup CELIA BURTON @ CLM
Photo assistant JORI KOMULAINEN
Styling assistant BRITTANY HEWITT
Model Yumi Lambert @ The Squad Management



Polka dot dress MARCO DE VINCENZO
Tights STYLIST OWN



Black satin dress CHRISTOPHER KANE
Ribbon worn as choker STYLIST OWN
Ring DAVID MORRIS



Pink floral sheer dress SIMONE ROCHA
Bustier (worn underneath) NATASHA ZINKO
Black velvet trousers (worn underneath) TOPSHOP



Black satin dress CHRISTOPHER KANE
Ribbon worn as choker STYLIST OWN
Ring DAVID MORRIS

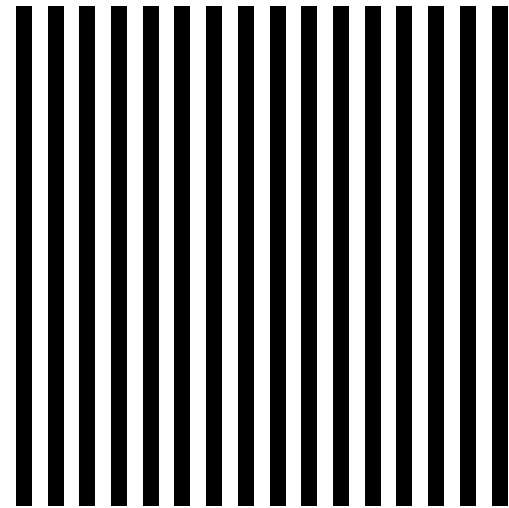
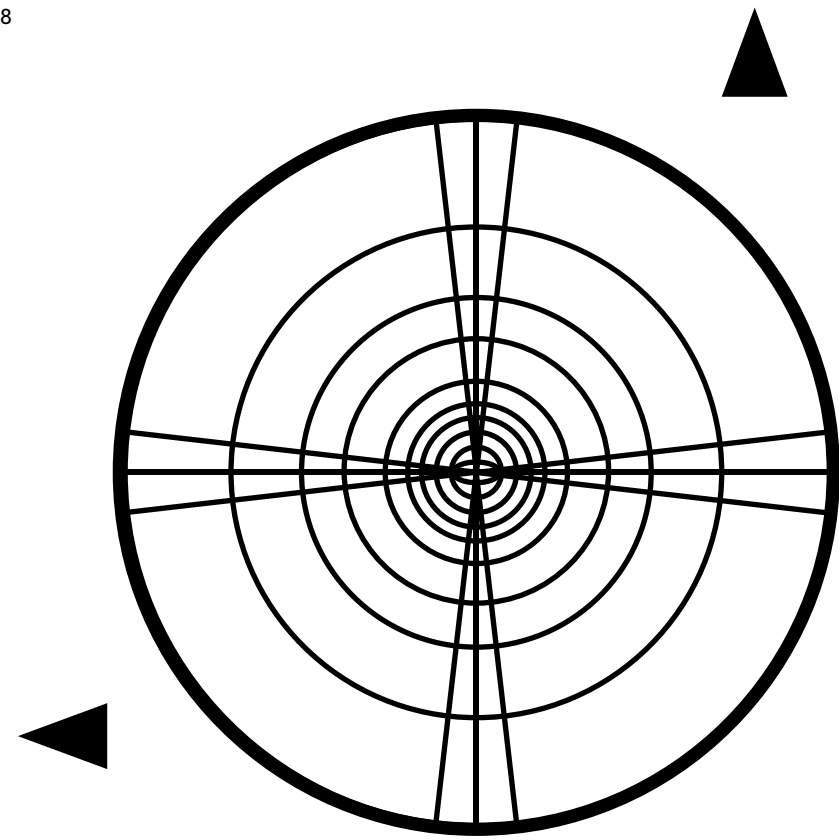




Black silk dress ASHLEY WILLIAMS

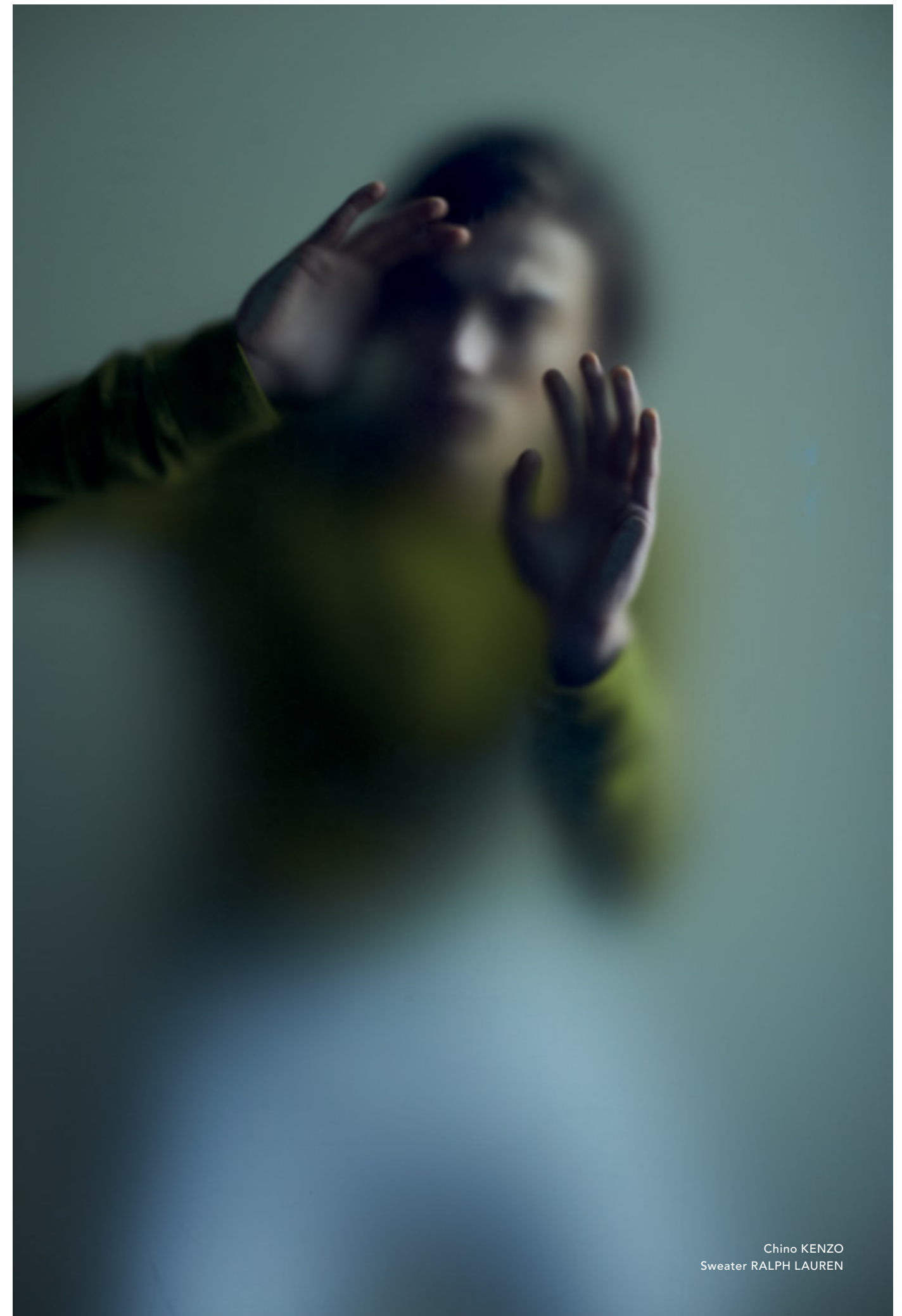


Dress CHRISTOPHER KANE
Dress (worn underneath) CHRISTOPHER KANE
Rings DAVID MORRIS



JUST OUT OF CURIOSITY
by Balazs Mate

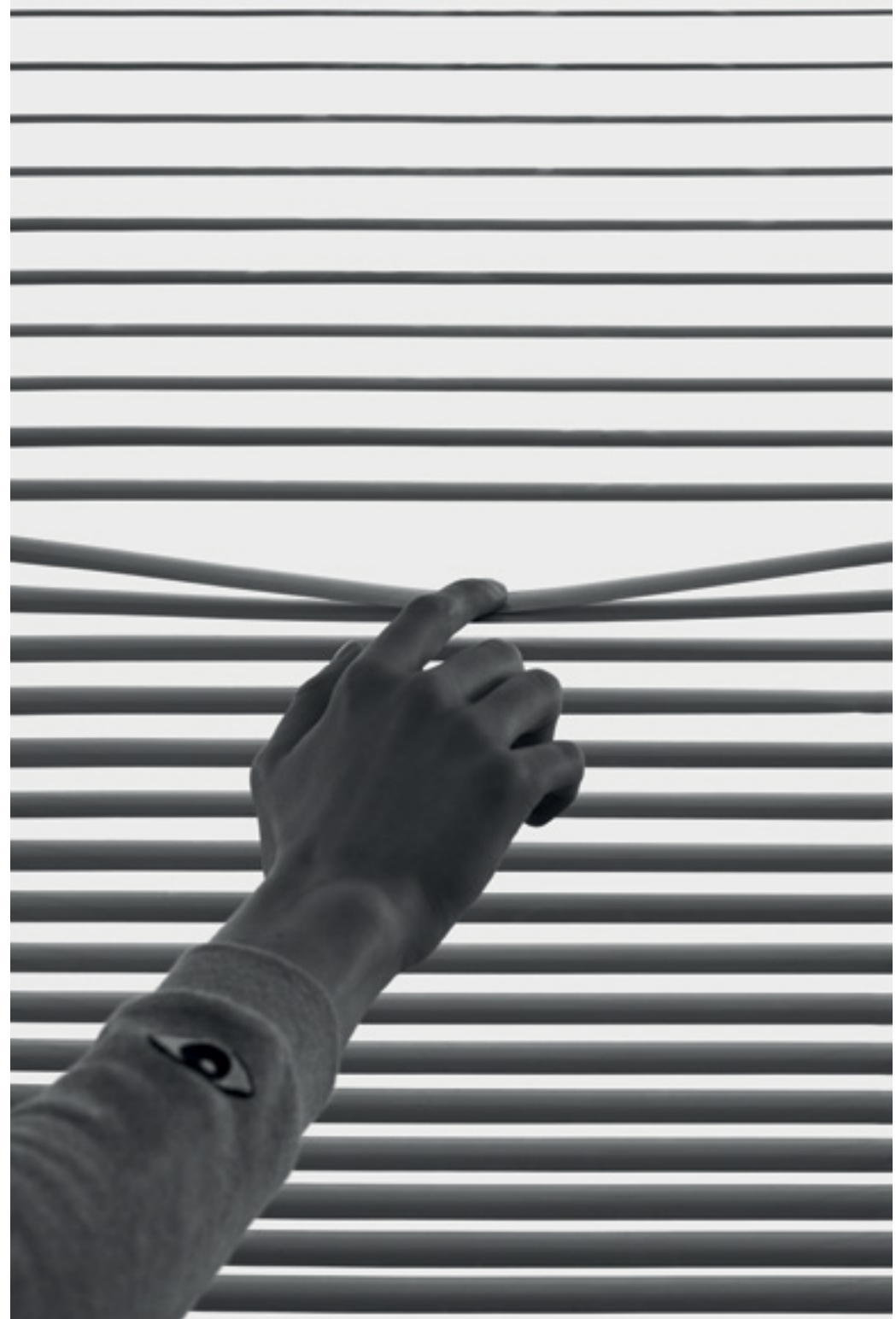
Styling **MARTON MIOVAC**
 Makeup **NORA BELOVAI**
 Hair **GERGO SVEGEL @ CULT**
 Casting **REA FARKAS**
 Model **SERGE RIGVAVA @ Stella Models Vienna**
 Set design **RICHARD ILLES**
 Photo assistants **BALAZS BIHARI & SARA SZATMARI**



Chino **KENZO**
Sweater **RALPH LAUREN**



ON THE LEFT
Shirt and Sneakers DSQUARED2
Jeans chinos USE UNUSED



ON THE RIGHT
Sweater KENZO



ON THE LEFT
Statement sweater THEFOUR



Tech mesh tank top DSQUARED2 Ribbed tank top CALVIN KLEIN
Jeans STELLA MCCARTNEY Sneakers DSQUARED2

ON THE RIGHT
Mesh t-shirt BALENCIAGA





Shirt and T-shirt COS
Pants and Sneakers
DSQUARED2



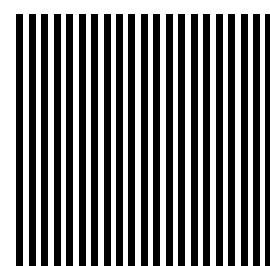
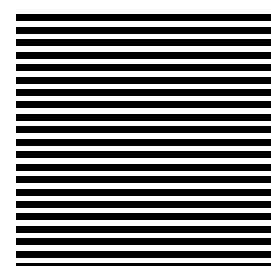
sweater KENZO



ON THE LEFT
Denim top USE UNUSED
Denim vest and Shorts USE UNUSED
Bandana STYLIST'S OWN

時々

by Orsolya Luca



Styling MARTON MIOVAC
Trigram face paint LAURA TEGELY
Photo assistant RICHARD KRANICZ
Model ESZTER BOLDOV @ Elite Milan





Coat COS
Parka (tied on the waist) THEFOUR
Bracelet and earring THEFOUR
Ankle boots ZARA
Tights WOLFORD



Coat COS
Earring THEFOUR
Parka (tied on the waist) THEFOUR





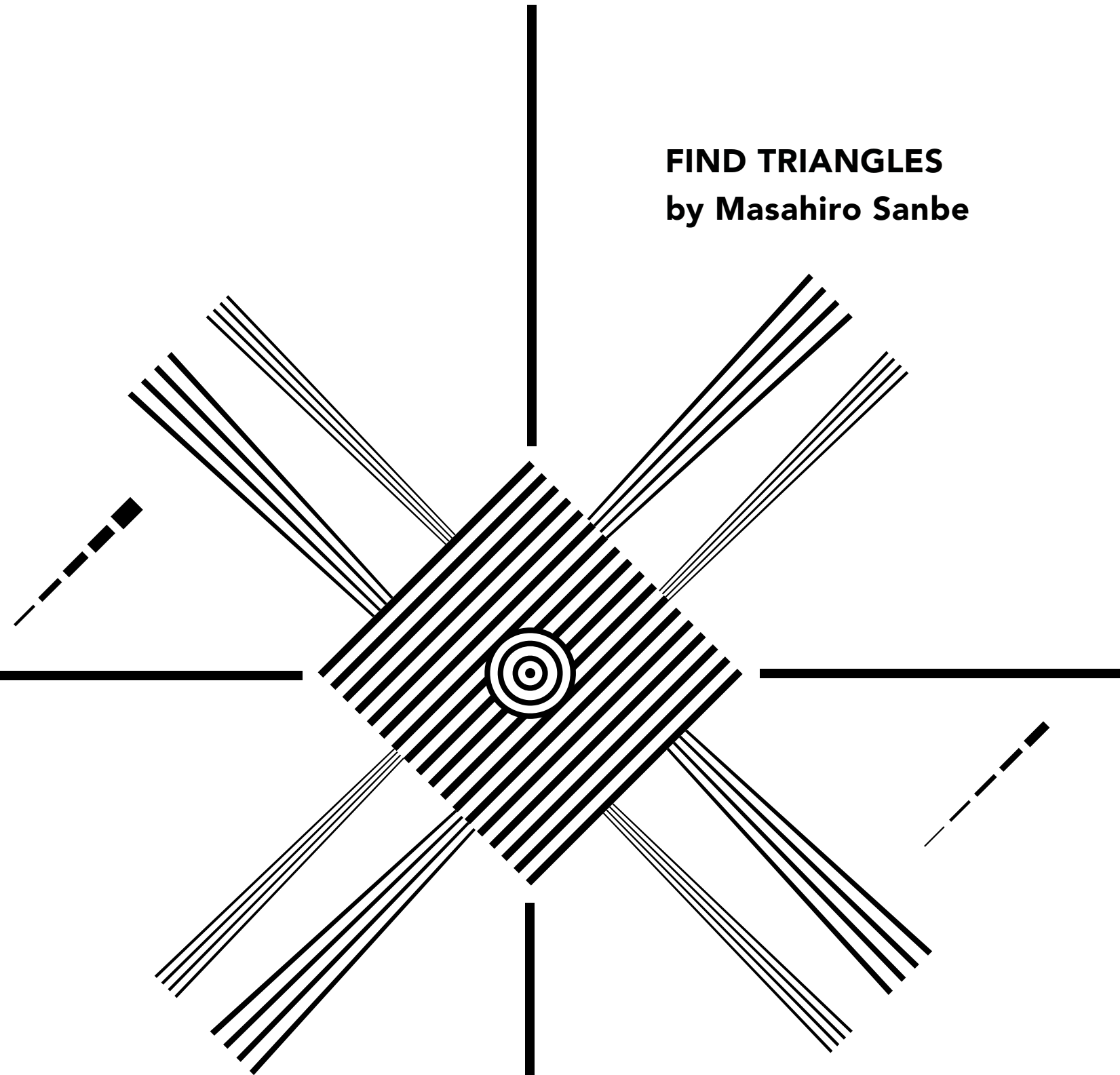




Jacket THE FOUR
Concept pants from
Vintage Adidas jackets
MARTON MIOVAC
Boots DR. MARTENS



FIND TRIANGLES
by Masahiro Sanbe



Art direction & Styling **DAI ISHII**
Hair **AI NAKANO**
Makeup **MARI MIZUNO**
Model **MANAMI KINOSHITA**





skirt AMERICAN APPAREL
Socks PANTHERELLA
Panty WOLFORD

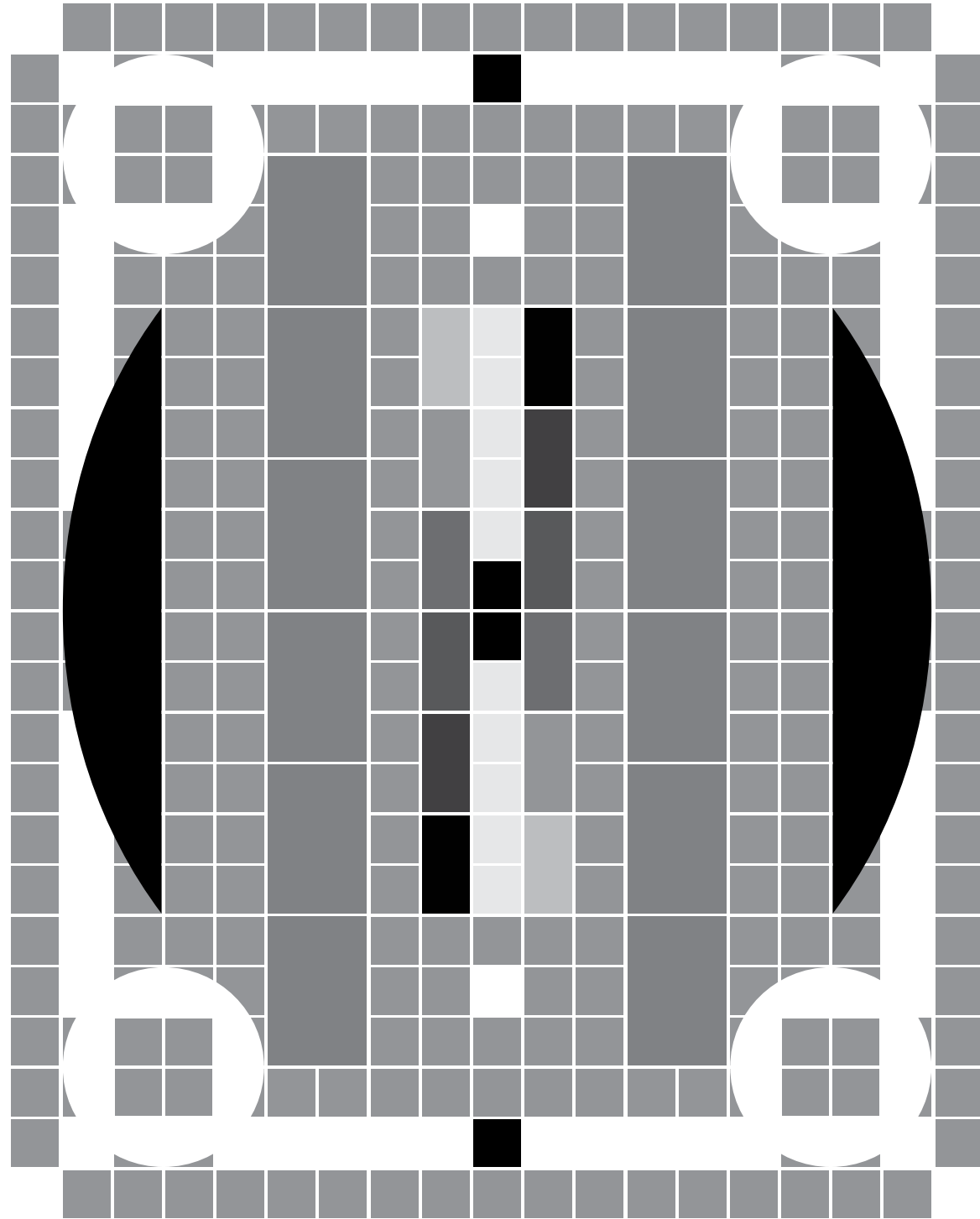


Skirt AMERICAN APPAREL
Shirt STEPHAN SCHNEIDER
Socks PANTHERELLA Panty WOLFORD

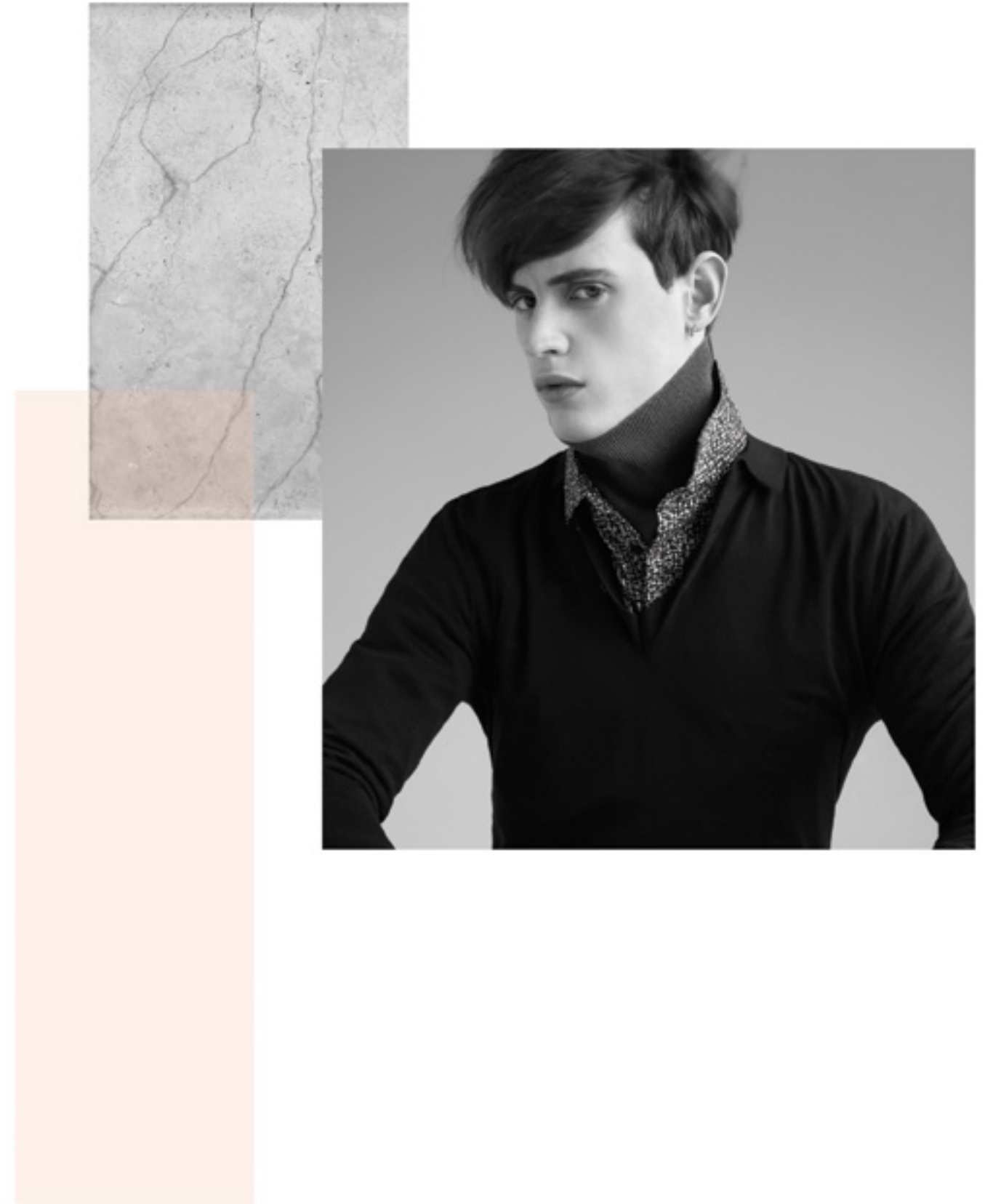


Dress STYLIST'S OWN
Panty CHANTAL THOMASS

UNTITLED by Balint Barna



Makeup ESZTER MAGYAR
 Hair LASZLO PASZTOR
 Casting REA FARKAS
 Layout Design ALIZ VERONIKA ACS
 Model JAKUB PASTOR @ Exit Model Management



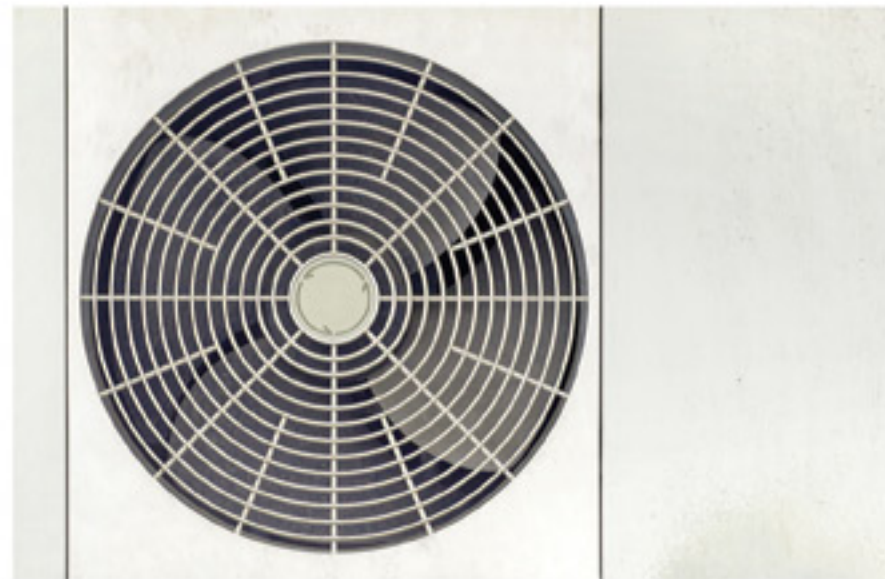
Shirt COS
 Black sweater COS
 Turtleneck ACNE STUDIOS



Pants COS Top COS
Turtleneck ACNE STUDIOS Shoes EYTYS



Top COS
Scarf STYLIST'S OWN

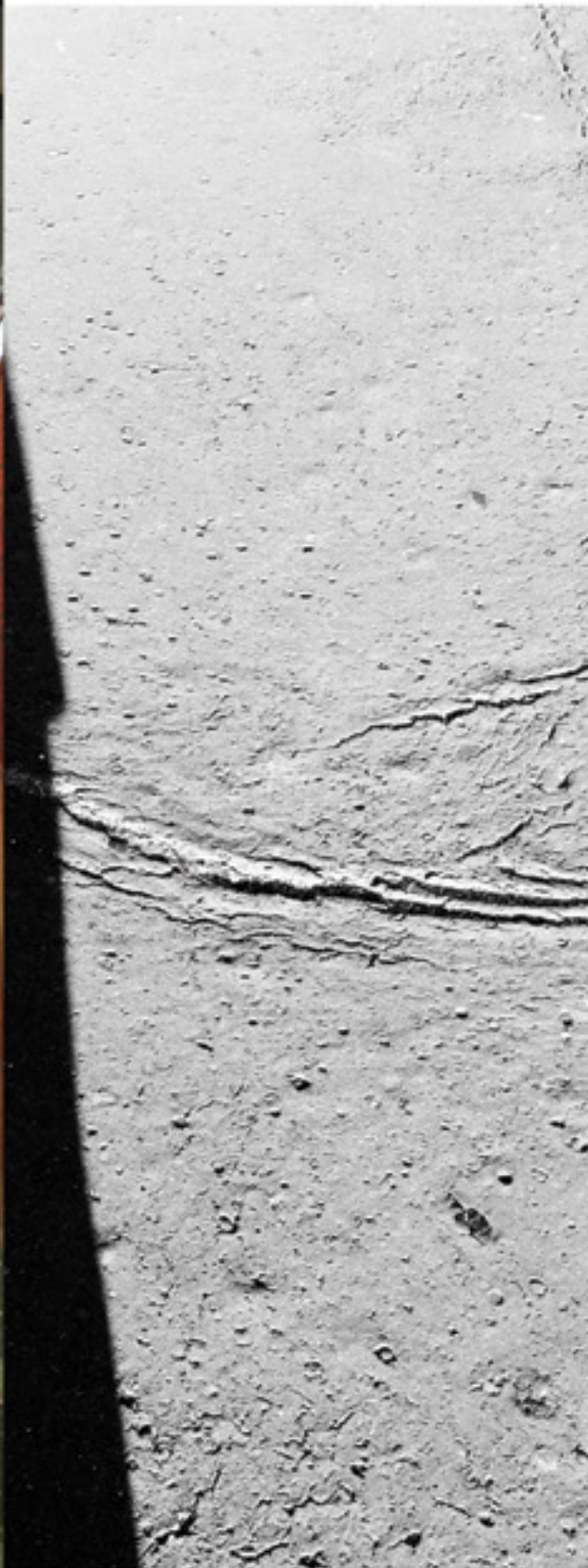




Top and Collar NOVEMBER



Top NOVEMBER
Suit USE UNUSED



Suit USE UNUSED
Shoes EYTYS



Top NOVEMBER
Collar NOVEMBER Pants USE UNUSED



Pants COS
Boots DSQUARED
Scarf STYLIST'S OWN

www.philosophy-magazine.com

FACEBOOK

www.facebook.com/PhilosophyMagazine

INSTAGRAM

[@philosophymag](https://www.instagram.com/philosophymag) [#philosophymag](https://www.instagram.com/philosophymag)