

SZAKDOLGOZAT

Gyöngyösi Soma

2024



Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Kaposvári Campus

Rippl-Rónai Művészeti Intézet

Fotográfia alapképzési

Jellem

Belső konzulens:	Károly Sándor Áron DLA
Belső konzulens Intézete/tanszéke:	MATE, Rippl-Rónai Művészeti Intézet/Média Tanszék
Készítette:	Gyöngyösi Soma

Kaposvár

Tartalomjegyzék

Bevezetés.....	
1. Az én.....	
1.1. Énünk mindennapi felépítése.....	
1.2. A nagy alkotók szerint, az Emberi énről.....	
1.3. Társadalmilag közzétett én bemutatása.....	
2. Személyiségünk.....	
2.1. Én kép.....	
3. Divat és a személyiségünk.....	
3.1. Stílus.....	
3.2. A divat a gazdaságban.....	
4. Művészet és divat.....	
4.1. Porté fotózás művészete.....	
5. Énmárka felépítése.....	
5.1. Reklámok hatásai a Személyiségre.....	
Vizsgamunka.....	
Képmelléklet.....	
Képi installációs terv.....	
Bibliográfia.....	

Bevezetés

A fotózás számomra nemcsak egy hobbi, szakmai tapasztalatgyűjtés. Az utóbbi időben egyre inkább kezdtem arra ráérezni, hogy mennyire számít ennél a tevékenységnél az önmagam kifejezése is. Bizonyossá vált számomra, hogy képeim lényegét nemcsak az adja, hogy valamit megörökítsek, hétköznapi, vagy különös szemszögből láttassak. Egyre inkább hajt az a cél is, hogy minél jobban magamból is megmutassak valamit a fotókon.

Ahhoz, hogy megmutathassam magam a külvilágnak, ismernem kell, tudnom kell, ki is vagyok én valójában. Dolgozatomban röviden szeretnék kitérni az „én” fogalmára néhány megközelítés alapján. Válaszokat próbálok keresni arra, hogy mi az-az én. Létezik-e olyan, hogy én? Hogyan jelenik meg az én az ember hétköznapijaiban? Mit gondol erről a fogalomról néhány író, művész, filozófus, pszichológus? Személyiségünk változhat-e, különböző helyzetektől függően? Valamint hogyan váltunk át privát énünkről közszereplő énünkre.

Saját magamról, már régóta tudom, hogy engem sokkal inkább ragad meg környezetem képi világa, mint a legtöbb embert. Szeretek képekben gondolkodni. Sokszor jobban is értem, mint a verbális valóságot. Önmagam kifejezésére, gondolataim közlésére is sokkal szívesebben használom azokat a technikákat, melyek képekkel dolgoznak. Számomra a fotózás egy kézzelfogható, megbízható és nem utolsó sorban, könnyed kapcsolatteremtési mód a közvetlen környezetemmel, a tágabb külvilággal. Az önmagam leképezésénél tisztában kell lennem saját lelki, fizikai és szellemi tulajdonságaimmal.

Egy másik önkifejezési eszközt teremt számomra a ruházat. Az öltözködés szintén segít abban, hogy önmagam tudjam adni adott helyzetekben. A megjelenésem egyre tudatosabbá vált számomra. Ezért a dolgozatomban a divattal is foglalkozom. Hogyan hat ez a jelenség a hétköznapi emberekre? Mennyire befolyásolja a divat az egyén személyiségfejlődését? Hogyan tud megnyilvánulni, kifejezésre jutni az ego egy reklámokkal elárasztott közegben? Mit keresünk önmagunkban, és hogyan hat ránk a külvilág, a különböző divatickek? Fontos vagy sem a tudatos ruhaviselet?

Számos énnel rendelkezünk, és mi több, újítunk is. Vajon hová juthatunk el azzal az énnel, amivé váltunk születésünk napjától, mint eddig, akik jelenleg most is vagyunk? És van-e olyan határ, amikor már azt mondjuk, hogy énünk kiteljesedett végleg.

A szakdolgozatom témája inspirált arra, hogy a vizsgamunkámban, egy önmagamról készült fotósorozatot készítsek. Azért választottam az önportrét, mert úgy gondolom, sokkal szemléletesebbek és egyben személyesebbek is a magamról készült képek. Néhány részletet magamról, az életemről, ki is vagyok én valójában, egyszerűbb úgy megosztani, ha magam is szerepelek a fotókon.

1. Az én

Szégyellhetjük vagy büszkék lehetünk rá, de mindenképpen tény az, hogy mi emberek több időt töltünk énünk, személyiségünk mindennapos újrateremtésével, mint az élőlények egész fajára nézve. Valószínűleg az ember az a lény ezen a Földön, amely a legtörékenyebb énnel rendelkezik. „*Nietzsche elvetette azt a gondolatot, hogy az emberi én eleve adva van, s azt fejtegette, hogy az én nem állapot, hanem az önalkotás folyamata*”.

Az én-tudat az egyéni tudatosság, az öntudat. Az én-tudat felépítése és működése még mindig sok tekintetben rejtély, és a tudományos kutatás folyamatosan próbálja megfejteni ezt a bonyolult rendszert. Az identitás és az én-tudat egyénenként változó, és életünk során is folyamatosan alakul és fejlődik.

1.1. Énünk mindennapi felépítése

Hogyan rekonstruáljuk reggel önmagunkat? Hány arcunk van? Hány énünk van? Mi köze van a reggeli zuhanyzásnak Mozart Varázsfuvolájához? Miért hallgatjuk meg reggelente legalább háromszor az időjárás jelentést? Mi köze van a mobiltelefonunknak, laptopunknak énünk építéséhez? Miért rejtjük el énünket? Vagy épp ellenkezőleg, miért tárjuk ki énünket mások elé? Miben rejlik a vásárlás varázsa? Létezik-e egyáltalában az emberi én? Hogyan tudja az ember kedvező színben bemutatni, előadni önmagát?

Hogyan tudják az emberek kiteljesíteni énjüket a fogyasztói civilizációban? Hogyan alakítja, építi és rombolja a most kibontakozó civilizáció az emberek személyiségét? A gazdagság vágya? A hatalomvágy? A siker? A hírnév? A hiúság? A sex? A félelem?¹

A mai világban „elkényelmesedett társadalom”-ban élünk, ahol azokat a mindennapi dolgokat, amiket régebben sokkal nehezebb volt megszereznünk, azt ma már otthon ülve

¹ Hakniss Elemér - Az ezerarcú én

kényelmes fotelünkből kézhez kaphatjuk. Ettől a ponttól kezdve személyiségünk erőssége, kitartása gyengül.

1.2. A nagy alkotók szerint, az Emberi énről

Shakespeare és Cervantes, Stendhal és Henry James, Goethe, Baudelaire, Proust és Thomas Mann, Dosztojevszkij, Kafka, Ibsen vagy O'Neill, Yeats vagy T. S. Eliot regényei, drámái, nélkül nem ismerhettük volna meg igazán az emberi ént. Olyan képet kaptunk az emberi énről, és viselkedésünkről, eme alkotóktól, amit a mai emberre szürreális módon, és ez talán erős kifejezés lehet, de mindenkire igaz.

„Alfred Schutz például azt fejtegette, hogy az emberek mindennapi élete több, mint jelentéktelen cselekvések sorozata”.² Minden okkal történik? És semmi sem úgy, hogy az már előre ne legyen megírva? Nyilván így van, legalábbis a fentebb említett alkotók munkássága, és gondolkodásmódjuk szerint.

Max Scheler

Scheler úgy gondolta, hogy az emberi személyiség lényege és értéke nem korlátozódik csupán fizikai tulajdonságaira, hanem a lelki „dimenzióra” is kiterjed. Az emberi személyiségben nagyon is összekapcsolódnak az érzelmek. Úgy gondolom, Schelernek igaza van. Az emberi személyiségben az érzelmek nagyon fontos szerepet játszanak, és az érzelmek kifejezik az ember legbelsőbb lényét és értékeit.

Amikor megszületünk, nem vagyunk képesek önmagunkat felnevelni segítség nélkül. Ahhoz, hogy hiányos öntudatunk és személyiségünk kiteljesedjen, és fejlődjünk, szükségünk van szüleink nevelésére, mintáira, példamutatására. Így egy darabig korlátozva vagyunk az énünk egyfajta kiteljesedésében. Ugyanakkor az is igaz, hogy születésünk első pillanatától kezdve, fontos szerepet játszik személyiségünk, énünk formálódásában önnön testünk észlelése, átélése.²

²Jon Elster – The multiple self, 1986

1.3. Társadalmilag közzétett én bemutatása

Az ember személyiségét minden kétséget kizáróan erősen alakítja az a környezet, amelyben felnőtt, és amelyben él. Más és más hatást gyakorol az ember személyiségének kialakulására, ha gazdag, ha szegény országban nő fel, ha vannak vagy nincsenek lehetőségei.

Személyiségünk kiteljesedéséhez sok olyan dolog játszik közre, amelyek miatt jobban érezhetjük önmagunkat, elfogadóbbak vagyunk magunkkal, vagy akár növelhetjük önbizalmunkat az oly sokszor megbélyegző társadalommal szemben. Ha valamire úgy gondolunk, hogy jól áll rajtunk, az erőssé tesz. Az alábbiakban néhány példát szeretnék bemutatni, melyek, szerintem fontosak lehetnek személyiségünk megformálásában, melyet a külvilágnak mutatunk.

A frizuránk

Ez testünknek egyetlen olyan része, amely emberemlékezet óta folyamatosan változik. Gondoljunk csak bele az elmúlt évszázadok hajviseleteibe. Állandóan kísérletezünk vele, keressük a jó megoldást, vágjuk, növesztjük, kurtítjuk, borotváljuk, fésüljük, festjük ilyenre vagy olyanra, de még nem sikerült olyan megoldást találni, ami megélt volna egy-két generációt. Pedig nagyon iparkodunk valamilyen oknál fogva. Sok oknál fogva! Hajunk, frizuránk állapota és kinézete kiváltképpen fontos része önképünknek.

Parfüm

Fontos szerepet játszanak az ember személyiség alakításában. A plakátok és tévéreklámok segítségével a parfümök elvarázsolják az embert azzal, hogy személyisége és élete kiteljesedjék. Elég, ha magunkra fújunk egy szórást a parfümmel, és máris magasabb rangra emelhetjük énünk szellemét.

A parfümök hatása alatt felfedezhetjük magunkban a mély érzékiséget. Elég erősnek érezhetjük magunkat arra, hogy megváltoztassuk az életünket, elcsábíthassunk bárkit, aki szembe jön velünk.

A ruhánk

Az emberi megújulás ékköve. Öltözetünk fellegekbe emelhet, kiemelheti valódi énünket. Egy jól megválasztott kosztüm kiválasztásával felsőbbrendűnek érezhetjük magunkat, a csillogás garantált. Mindig újabbnál újabb személyiséget alakíthatunk ki saját magunknak ruhásszekrényünk tartalmával.

Az ékszer

Az ékszerekben a tökéletességnek, a lét intenzitásának és teljességének, a harmóniának, az időtlenségnek vagy akár az örökkévalóságnak a mély tüze ragyog. Egy törékeny emberi lét szépségét és teljességét kell sugározniuk, egy olyan emberi lény szépségét és harmóniáját, aki elfogadta önmagát és önnön mulandóságát.

Az én megélése

Mielőtt kilépünk otthonunkból és belépünk a nyilvánosság szférájába, fontos döntéseket kell hoznunk. Ha több énünk van, el kell határoznunk, melyik énünket mutatjuk meg a világ felé. El kell határoznunk magunkban minden alkalommal, ha elindulunk valahová, hogy el akarunk e vegyülni a tömegben, vagy épp ellenkezőleg, nagyon is szeretnénk, hogy észrevegyenek.

Halandó lényként minél többet szeretnénk átélni az életből, törékenyek vagyunk, akiknek folyton-folyvást erősíteniük kell énjüket. Nem akarunk vesztesek lenni. Ha mások sikeresebbek, mint mi, azt nem nézzük jó szemmel. Nem az irigység mozgat minket, hanem a fájdalom, hogy a lehetségesnél kevesebb részünk van az életből, ami amúgy is olyan félelmetesen rövid. Azért dicsekszünk azzal, amit tettünk, vagy szereztünk, mert ellenálhatatlan vágy van bennünk arra, hogy azzal áltassuk a világot és önmagunkat, akárcsak egy pillant erejéig, hogy az élet királyai vagy királynői vagyunk.³

³ Jonathan D.Brown - The self

2. Személyiségünk

„Mindenki azt vetíti ki a környezetére, ami benne van. A személyiség egy széles körben elfogadott meghatározás szerint egy az egyénre jellemző viselkedési, gondolkodási és érzésminta, ami állandósultan és ezzel együtt egyedien jellemzi magát az egyént”.⁴

A személyiség különböző aspektusokból áll, és sokféleképpen lehet leírni és megvizsgálni, például a következők mentén:

- **Trait elméletek:** olyan keretrendszerek, amelyek az emberek viselkedésének és élményeinek magyarázatát keresik.
- **Pszichoanalitikus elméletek:** Sigmund Freud és más pszichoanalitikusok szerint a személyiségünk tudatalattiból származik, és a gyermekkori tapasztalatok és az ösztönös vágyak határozzák meg.
- **Szociál-kognitív elméletek:** segítenek megérteni, hogy az emberek hogyan értékelik és reagálnak a körülöttük lévő világra, valamint hogyan tanulnak és alkalmazkodnak az új helyzetekhez és körülményekhez.
- **Humanisztikus elméletek:** a személyiségünk folyamatos fejlődésben van, és az egyén saját értékeit, céltudatosságát és személyes fejlődését helyezi előtérbe. Fontos szerepet játszik az emberi viselkedés és az élmények megértésében.⁵

2.1. Én kép

Az az elképzelés, amit az egyén magáról alkot. Ez magában foglalhatja az egyén identitását, értékeit, hiedelmeit, erőnyeit és hibáit. Az ön- vagy én kép egyfajta belső kép, amelyet az egyén magáról formál, és amely meghatározza, hogyan látja és értékeli saját magát a világban.

⁴ William Stern

⁵ Szakács Ferenc, Kulcsár Zsuzsanna - Személyiségelméletek

Az énkép fejlődésének sorrendje az önfelismeréssel kezdődik, ezután következik az egyszerűbb viselkedésekkel, tulajdonságokkal történő önjellemzés, amelyet az egyén azzal a szándékkal formál magáról, hogy hogyan szeretné látni magát, milyen tulajdonságokat vagy viselkedést tartana optimálisnak.

Tekintet

A tekintetnek jelentős szerepe van az emberi interakcióban és a társas helyzetekben történő értelmezésben. Minél több ember lát, észlel minket, annál inkább létezőnk. Ma, a média által besugárzott világban még inkább így van ez. A like-ok száma jelentős szerepet játszik életünk során, minél több like van, egy adott posztunkon, képünk, videónk alatt, annál inkább érezzük, hogy helyünk van a világban, hogy vagyunk valakik, hogy sokan szeretnek és elfogadnak minket.

Ha az ember meg akarja erősíteni öntudatát, személyiségét, önbecsülését egy nagyváros tömegében, azt az érzést, hogy fontos és egyáltalán létezik, akkor nagy erőfeszítéseket kell tennie annak érdekében, hogy magára vonja mások tekintetét. Ezt többféleképpen érheti el. Például úgy öltözködik, hogy magára vonja a figyelmet, úgy viselkedik, úgy helyezkedik el bizonyos környezetben, hogy észrevegyék az emberek.

Az ego

Sigmund Freud szerint az ego képes befolyásolni és megváltoztatni mindennapi életünket. Ha elfogadjuk ezt a tényt, akkor kezdődhet az igazi munka. Az ego a személyiségünket képviseli, azt a részét, amely azonosul önképünkkel, eredményeinkkel és gyengeségeinkkel, mindent beleértve a hamis énünket is.

„Freud kimondja „test-tudat, vagyis vagyok én és van a külvilág”. Folyamatosan összehasonlítjuk magunkat másokkal. Ennek szüleményeként, alakulhat ki a magunk önkritikája, jobb vagyok én másnál?

A „meg kell szereznem tudat”! Számos eszköz van, amit meg kell szereznünk annak tudatában, ami az életben maradáshoz elkerülhetetlen eszköz, vagy éppen élelem. Más dolog az amikor

már a „meg kell szereznem” ezen túl halad, és olyan dolgokat veszünk, illetve halmozunk fel magunk köré ami csak az egonkon lök egy jó nagyot.⁶

Ophra Winfrey egyik kutatásában olyan embereket kérdezett meg az ego fogalmáról, mint például buddhistákat, professzorokat, írókat, szerzőket, akik más emberekkel foglalkoznak, hogy számukra mit jelent az ego, és miként látják, hogyan azonosulnak más emberek a saját egojukhoz.

Wayne Dyre: *Mi az ego? Egy képzet, ennyi. Egy képzet, amit magunkkal cipelünk. Ezt mondja az ego: „Az vagyok, amim van, amit teszek, amit mások gondolnak rólam. Elszigetelődöm mindenki mástól. Elszigetelődöm attól is, ami hiányzik az életemből.*

Pema Chödrön: *Próbálj barátságot kötni az egoddal, ahelyett hogy megsemmisíted vagy gonosznak titulálsz. Ha megbarátkoztok, az azt jelenti, hogy száz százalékban megismered. Ne utasítsd el. Ha hiszed, ha nem, így válsz egyre egomentesebb emberré. Az egyetlen oka, hogy kapaszkodunk abba, amit egonak hívunk, és fixálódunk rá, hogy úgy érezzük, hogy valamit meg kell védenünk. Nem akarunk odáig jutni. Nem akarjuk így érezni magunkat. Jó lenne, ha ez emberek el tudnák fogadni, és meg tudnák engedni az idegrendszerüknek, hogy kezelje a szenvedést, a kellemetlenségeket és a bizonytalanságot.*

Brené Brown: *Az ego maga a szélhámosság. Az ego ezt mondja: „Nincs saját értéked. Szélhámoskodnod kell érte.” A hiány kultúrájában élünk, a like-ok számához mérjük magunkat.*

„Nem gonoszságból, rosszindulatból szólunk meg másokat a hátuk mögött, hanem azért mert másokat lejjebb nyomva magunkat relatíve feljebb tornásszuk egy képzeletbeli emberi, társadalmi értéklétrán. Őket süllyeszti, minket emel az ő gyengeségükről szóló hír, „Ophra Winfrey”.⁷

⁶ Sigmund Freud - <https://motivatormagazin.hu/pszichologia/mi-az-ego/>

⁷ Ophra Winfrey - Élet adta bölcsességek

3. Divat és a személyiségünk

A divat és a személyiség között szoros az összefüggés, hiszen az öltözködésünk gyakran tükrözi azt, ahogyan látjuk és kifejezzük önmagunkat. A divat több, mint pusztán a ruhák viselése. Ez egy módja annak, hogy kifejezzük személyiségünket, egyéniségünket, érdeklődési körünket és érzéseinket a külvilág felé.

Amikor valaki olyan ruhát visel, amelyben jól érzi magát, az növelheti az önbizalmát és segíthet abban, hogy pozitívan érezze magát a saját bőrében. A divat lehetőséget ad a kreativitás kifejezésére és a saját egyedi stílus kialakítására. Az emberek gyakran az öltözködési stílusunk alapján alkotnak véleményt rólunk anélkül, hogy akár egy szót is váltottak volna velünk. Ezért az, hogy milyen ruhát veszünk fel aznap, nagyban befolyásolhatja, hogyan látnak és értékelnek minket mások.

Ahogyan a „régimondás” kimondja: *„A ruha teszi az embert emberré”*.⁸ Ruha nélkül az ember elveszíti személyiségének jelentős hányadát.

Kilépve az utcára különböző szerepekre készülhetünk fel, amelyeket el akarunk játszani a nap folyamán, és minden szerephez más ruhadarab, más öltözködési stílus illik. El kell határoznunk melyik személyiségünket akarjuk megmutatni. Ez sok mindentől függ: hova indulunk, kikkel találkozunk, milyen alkalomra készülünk. Minden szituációban más és más „álruhát” veszünk fel.

Susan B. Kaiser, beszámol egy vizsgálatról, amelynek során nyolcvan menedzseriskolát végző hallgatót kértek meg arra, hogy rajzolják fel különböző foglalkozású emberek személyiségprofilját úgy, hogy felsorolják azokat a tárgyakat, amelyek erősen köthetőek-e csoportokhoz. Íme, néhány adat a vizsgálat eredményeiről:

„A diplomások (orvosok, ügyvédek, üzletemberek) csoportjára például a következő tárgyak jellemzőek: Seiko óra, Burberry esőkabát, Lacoste ing, Atlantic Reviewm, Brooks Brothers öltöny, Bass papucscipő, selyem nyakkendő, francia borok, és BMW márkájú autó. Ezzel

⁸ Hakniss Elemér - Az ezerarcú én

*szemben a kétkezi munkások jellegzetes tartozékai a következők: Schaefer sör, Ford furgon, Levi's farmer, Marlboro cigaretta, RCA tv, Black and Decker szerszámok és McDonald's.*⁹

Nem könnyű tájékozódni a divat világában. A divat világa gyorsan változik, és sokszor nehéz lépést tartani a friss trendekkel és irányzatokkal. Megfelelően kombinálva a különböző ruhadarabokat az ember érzelmek, magatartások, hangulatok sokféleségét sugározhatja, szerepek sokaságát játszhatja el.

Az ego a divatban

Véleményem szerint a divatos megjelenés egyenlő az önkifejezés fogalmával. Mivel az emberek gyakran választanak olyan ruhákat, és kiegészítőket, amelyek tükrözik az egyén egyediségét és személyiségét. Így a divat szerves része lehet az ego kifejezésének is.

Státusz és önbizalom

A divatban részt venni és követni a trendeket, bizonyos esetekben, az ego erősítésének módja is lehet. Az egyes személyek ruházatukkal és kiegészítőikkel tükrözhetik saját önbizalmukat, társadalmi pozíciójukat.

Versengés

A divat világában az ego gyakran összefonódik a versengéssel. Az emberek gyakran próbálnak kiemelkedni a tömegből, és a divat segíthet ebben. Az emberek gyakran igyekeznek olyan ruházatot választani, amelyben kitűnnek, és amiben fokozhatják önbizalmukat és státuszukat másokkal szemben.

Exhibicionizmus

Provokáció és látszat. A magamutogatás, megmutatni, hogy van, egyfajta szereplési vágyat vált ki bennünk.

A divat világában az exhibicionizmus lehet egy olyan szempont, amely a ruházat vagy a stílus szempontjából merész, provokatív vagy figyelemfelkeltő megjelenést jelent. Az emberek gyakran választanak olyan ruhákat vagy stílusokat, amelyekkel kiemelkednek a tömegből, vagy

⁹ Susan B. Kaiser – The social psychology of clothing

figyelmet vonzanak magukra. Sok ember számára a ruházat és a stílus az egyik legfontosabb módja annak, hogy kifejezzék személyiségüket és egyediségüket.

3.1 Stílus

Az öltözködési stílus egy nagyszerű módja annak, hogy kifejezzük az egyéniségünket és stílusunkat a világ felé. Felmerül a kérdés, ki az, aki szabályozza a divatot, továbbá vajon miért követjük önként, miért terjednek el a trendek egy adott korban, mindenkit hatásuk alá vonva?

Mindig van személyre szabott, egyéni eleme az öltözékeknek. Össztársadalmi szinten mégis az utánzás a jellemző! Hiszen aki nem bírja a kritikát, avagy nem szeret kilógni a sorból, mert az nem „menő”, akkor utánozni kezdi az adott időben „menőnek” titulált stílust.

Ma is előszeretettel tartozunk a társadalom egyes csoportjaihoz, és mindaközben ott van az utánzás, de ettől függetlenül mindenki próbál kitűnni ruházatával.

De mit is jelent a stílusosnak lenni? Pár példa erre:

- stílusos az, aki valamilyen jellegzetes karakterisztika mentén harmonikusan, egymáshoz illő darabokból állítja össze ruhatárát, vagy aktuális megjelenését

- stílusosak lehetünk olyan öltözékben is, amelynek darabjai nem az aktuális trend szerint van jelen a világban

- a stílus nem szentírás, hanem ajánlat, amelyből kiválasztható, mi az, ami illik az egyéniségünkhöz, mi az, ami tetszik, és miben érezzük jól magunkat¹⁰

„Nem én diktálom a divatot. Én magam vagyok a divat.” „A divat változik, a stílus örök.” „Nem divat, ami nem terjed el.” „Minél rosszabbul állnak a dolgaid, annál jobban kell kinézned”. „Coco Chanel”¹¹

¹⁰ Szűr Krisztina – Stylist kézikönyv

¹¹ A stílus soha nem megy ki a divatból - <https://divany.hu/offline/divat-stilus-trend/>

3.2 A divat a gazdaságban

A divat valóban egy olyan gazdasági kategória, amely jelentős hatással van a globális gazdaságra. Az egyes divatmárkák és tervezők által kreált kollekciók és stílusok divatdiktátorként szolgálnak, befolyásolva, hogy milyen termékek kerülnek az emberek szekrényébe.

Marketing és reklám

A divatipar erőteljesen támaszkodik a marketingre és a reklámra annak érdekében, hogy megismertesse termékeit és vonzza a fogyasztókat. Ez magában foglalja a divatmárkák és tervezők által létrehozott reklámkampányokat, divatbemutatókat, közösségi média kampányokat stb.

A divat, mint társadalmi kategória

A divat nem csupán a ruházat vagy kiegészítők megjelenése, hanem egy társadalmi jelenség is, amely mély hatással van az emberek életére és viselkedésére. Mint társadalmi kategória, a divat befolyásolja az egyének közötti kapcsolatokat, a társadalmi struktúrákat és az életmódot is.

- **Társadalmi és közösségi identitás:** A divat gyakran összekapcsolódik az emberek közötti kapcsolatokkal és közösségi identitással. A hasonló stílusok és trendek iránti vonzódás lehetőséget ad az embereknek arra, hogy közös értékek mentén formáljanak közösségeket és szolidaritást érezzenek egymás iránt.

- **Társadalmi hierarchia és státusz kifejezője:** A divat gyakran tükrözi és jelzi a társadalmi hierarchiát és státuszt. Bizonyos márkák, stílusok vagy divatirányzatok hordozhatnak társadalmi jelentéseket és elkülöníthetik az embereket az adott társadalmi rétegek vagy csoportok között.

- **Társadalmi normák és elvárások megnyilvánulása:** A divat befolyásolja és formálja a társadalmi normákat és elvárásokat, különösen az öltözködés és megjelenés terén. Az emberek gyakran alkalmazkodnak a divattrendekhez és stílusokhoz annak érdekében, hogy megfeleljenek a társadalmi elvárásoknak és normáknak.

- **Szerep a nemi identitásban és szexualitásban:** Például a ruházat és stílus gyakran lehet az egyén szexuális identitásának kifejezője¹²

„Ne kövesd a trendeket! Ne hagyd, hogy a divat kisajátítson téged, te dönts el, mi vagy, és mit akarsz kifejezni azzal, ahogyan öltöazol, ahogyan élsz”! „Gianni Versace”¹³

Fast fashion

A kifejezés arra az 1980-as években kialakult tendenciára utal, hogy a divatcikkeket gyártó cégek arra ösztönzik a fogyasztókat, hogy minél gyakrabban cseréljék ruhatárukat, hiszen ez a gyártók számára újabb és újabb megrendeléseket, ezzel üzleti hasznot eredményez. A fast fashion nem a tartósság, hanem a „minél többet minél olcsóbban és minél gyorsabban” elvén működnek.

Slow fashion

A slow fashion (lassú divat) a folyamatos vásárlásra ösztönző fast fashion ellentéte. Lényege a jó minőségű alapanyagokból készített, lehetőleg egyedi tervezésű ruhák viselésére való törekvés. A slow fashiont előnyben részesítő cégek időtálló, környezettudatos termékeket terveznek és gyártanak.

Fair fashion

A fair fashion (tisztességes divat) irányzata arra törekszik, hogy olyan ruhadarabokat vásároljunk, amelyeket tisztességes körülmények között állítottak elő, vagyis olyan helyen, ahol a munkavállalókat tisztességes bánásmódban részesítik és tisztességesen megfizetik, biztosítják számukra a nemzetközileg elismert emberi jogokat, még a hátrányos helyzetű emberek számára is.¹⁴

¹² A divat fogalma és jelentősége – https://tudasbazis.sulinet.hu/hu/0d0cc85d-f7b5-41fb-aec0-d1b8362c7ebf_e90c4562-46d5-4b3a-a5ed-d640f67b512a_cca0d252-8fb4-416f-ac29-41411acedb91_42097f0a-9b1f-4765-81f9-3ebd8755883f_9596819a-6d5a-4fb6-8578-375c175bcf00_5fe3928b-45c8-476f-a62b-b244292b00f7

¹³ Giorgio Armani – A hülyék sosem elegánsak, 2016

¹⁴ <https://hu.wikipedia.org/wiki/Divat>

„Ne vásárolj sokat, de bizonyosodj meg arról, hogy amit megveszel, az minőségi.” „Christian Dior”¹⁵

A cipő

Vessünk egy pillantást a cipőre. Kis túlzással mondhatom, hogy az öltözködésnél nincs a cipőnél fontosabb. Minden más másodlagos. Ha valakinek elegáns, szép, drága, ízléses, tisztán tartott csillogó cipőt látunk a lábán, akkor már lehet a nadrágja lompos, a kabátja gyűrött, tudjuk, érezzük, hogy a szakadt külső csak álca, álruha, alatta előkelőbb polgárabb vagy akár felsőbbrendű valami, valaki rejtőzik. És megfordítva, lehet a ruha elegáns, drága, jól szabott, márkás, ha mind ezek alatt egy félretaposott, lyukas, koszos cipő kandikál ki, vége a hatásnak, az egész eleganciát hazugnak érezzük. Ha a cipő szegénységet, ápolatlanságot sugall, neki hiszünk, nem a ruhának.

Azért olyan fontos az elegáns, tiszta, fényes cipő, mert élesen elhatárol, elválaszt minket a piszkos, formátlan rombolandó és pusztuló világtól, óvja személyiségünket. Jelzi, hogy nem vagyunk részei és rabjai a por és hamu világának, a romlás és enyészet világának, egy másik, tisztább, szabadabb világban élünk.

„Divatos holmikat bárki vehet magának, stílust azonban nem.” „A divatban már mindent feltaláltak”. „A stílus az egyetlen olyan igazi luxus, amit bárki megengedhet magának, függetlenül attól, hogy mennyi pénze van”. „Giorgio Armani”

¹⁵ Giorgio Armani – A hülyék sosem elegánsak, 2016

4. Művészet és divat

„Az egyik kulcsfigurája Oscar Wilde volt, aki munkáiban a művészt minden felül kerekedő magasztosságát és tiszta szépség kultuszát hirdette”.¹⁶ Wilde sokat adott a külsőségekre. Különc öltözködésének is köszönhetette, hogy a sajtó sokat foglalkozott vele. „A divat az, aminek révén a képzelet egy pillanatra maga marad.”

A divat, a művészet, az esztétika és a technikai vívmányok kapcsolódási pontjain elgondolkodik az ember: hova jutott napjaink művészete? Egyáltalában a „magas művészet” művészetnek mondható-e? Mi napjainkban a művészet?

Művészet és divat két különböző dolog. A divat populáris tömeghez szól, a művészet örök és mély értéket hordoz. Mégis úgy tűnik, hogy a határvonal a kettő között elmosódik. Egyesek szerint a divat túllépett önmagán, és új művészeti ággá vált. A divat valóban túl nagy befolyásra tett szert az elmúlt évtizedekben, állandó és mégis változik. Egy mindent átölelő folyamat, amely életünk egyre több területén újra strukturálja a társadalom egészét. Ez a divat kora. Az új és újabb termékek piacra dobása felgyorsult, és a tárgyak gyorsabban elavulnak.

4.1 Porté fotózás művészete

Ahogy már fentebb feltettem a kérdést: mégis mi az a művészet? Számomra a fotózásban, azon belül is a portré fotográfiában, alapul szolgál a kreativitás kifejezésében és a művészi önkifejezésben. A fotósok különböző stílusokat és technikákat alkalmazhatnak, hogy egyedi és figyelemre méltó portrékat hozzanak létre.

Maga a portré fotózás általában arról szól, hogy különböző emberek személyiségét a lehető legjobban és legpontosabban leképezzük. Ez persze már a fotós szaktudásán múlik, mennyire tudja átadni azt a valódi képet arról a valakiről akit fényképez, hogy mennyire élethű az alany ábrázolása. Amikor lefényképezünk valakit, vagy valakit, az utókór számára megörökítünk

¹⁶ Csipes Antal - A divatról komolyan

valamit, valami fontosat, egy adott jelenséget, mozzanaton, az emberi fiatalságot, vagy éppen az emberi karakterisztikát.

A portréfotózásnak van egy olyan hátránya, ha hátránynak lehet ezt a jelenséget nevezni, hogy ha a fotográfia elbillen egy olyan, bizonyos másik irányban, amit a leképezett alany tud magáról, hogy az csak egy illúzió, csak egy kitalált szerep, amit a fotó kedvéért játszik el, abban a bizonyos helyzetben, ekkor kialakulhat a személyben egy én kép. Rájöhet arra, hogy valóban az a személy akarok lenni, amit eljátszottam abban a pillanatban, vagy csak addig az időtlenségig volt jó, amíg eljátszottam.

Az alábbiakban szeretnék számomra fontos személyiségeket kiemelni a fotózás történetéből, akiknek munkássága folyamatosan hatással van rám.

Jeff Wall

Portré képeit általában úgy készíti, hogy ha meglát valamit, pl. egy jó helyszínt, vagy egy jó pillanatot, akkor nem fotózza le először hanem, magában hagyva az érzést feldolgozza, majd később újra értelmezi a cselekvést. Munkái gyakran nagyméretűek és rendkívül részletgazdagok. Wall művészete sokszor szól társadalmi, kulturális vagy történelmi kérdésekről, és gyakran hivatkozik a festészet, a film és más művészeti formák hagyományaira. Néhány jellemző munkája közé tartozik például a The Destroyed Room című kép, amely egy fiktív, mégis drámai jelenetet ábrázol.



Bal oldalt: Jeff Wall – The Destroyed room, 1978

Jobb oldalt: Eugene Delacroix – The Death of Sardanapal, 1827

¹⁷ <https://jeff-wall-contemporary-artist.tumblr.com/arthistory>



Jeff Wall - Picture for Women, 1979

„Néha a képek életszerűbbnek tűnnek, mint maga az élet, mert a dolgok majdnem megtörténnek bennük”.¹⁸

Cindy Sherman

Egyik leghíresebb fotósorozatán (United film stills) saját magát fotózta. Néha ártatlan szende, máskor egy lelkiekben megtört lányként, vagy egy erősen sztereotipizált nőként ábrázolja magát. A munkái középpontjában általában ő maga áll, és számos különböző karaktert vagy szerepet ölt magára. Úgy gondolom önarcképei egyfajta gender szerepben akarta láttatni saját személyiségét. Képei gyakran úgy vannak beállítva, bekomponálva mintha valami filmből, reklámból lennének kivágva.

¹⁸ Jeff Wall – <https://museemagazine.com/features/2020/10/28/frieze-talk-with-jeff-wall>

„Bárcsak minden napomat Halloweenként kezelhetném, felöltözhetnék, és valami külön szereplőként mehetnék világgá”.¹⁹



Cindy Sherman, Untitled Film Still #3, 1977



Cindy Sherman, Untitled Film Still #4, 1977

20



Cindy Sherman, Untitled Film Still #2, 1977



Cindy Sherman, Untitled Film Still #17, 1978

¹⁹ Cindy Sherman - <https://www.moma.org/artists/5392>

²⁰ <https://magazine.artland.com/portraits-of-america-cindy-shermans-untitled-film-stills/>

Erwin Olaf

Erwin Olaf holland fotográfus és videóművész, akinek munkássága számos művészeti és társadalmi témát érint, beleértve a portréfotózást, a szobrászatot és a reklámokat is.²¹ Olaf munkái gyakran provokatívak és különlegesek, és olyan témákat dolgoznak fel, mint az identitás, a szexualitás, a hatalom és a társadalmi elvárások. Olaf munkái gyakran játékosak és szürreálisak, és gyakran játszik az ellentétekkel és az abszurditással. A fotográfiának gyakran új kontextust ad, és megkérdőjelezi a hagyományos fényképezési normákat és konvenciókat.

Az aprólékosan színpadra állított műveiben finom tökéletlenségeket vezetett be. Olaf ellentmondásos figurának indult, aki arra törekedett, hogy felforgatja a kialakult normákat, megkérdőjelezze a tabukat és ünnepelje a sokszínűséget. A színeket és a digitális manipulációt vezette be munkáiba. Gardróbművészekből, helyszínekutatókból és díszletépítőkből álló csapata segített neki hibátlanul megvilágítani helyszíneit, valamint portré alanyait csodálatos kosztümökbe öltöztetni.

„2014-ben így nyilatkozott: „Korábban erős képekkel akartam meghódítani a világot, de manapság azt szeretném mondani a nézőnek: Neked adom a hozzávalókat, te csináld a történetet.”

22



Erwin Olaf, De La Mar, A Streetcar Named Desire, 2009



Erwin Olaf, Du Mansion, Portrait 01, 2017

²¹ Erwin Olaf - <https://www.theguardian.com/artanddesign/2023/sep/29/erwin-olaf-obituary>

²² <https://www.artsy.net/artist/erwin-olaf>



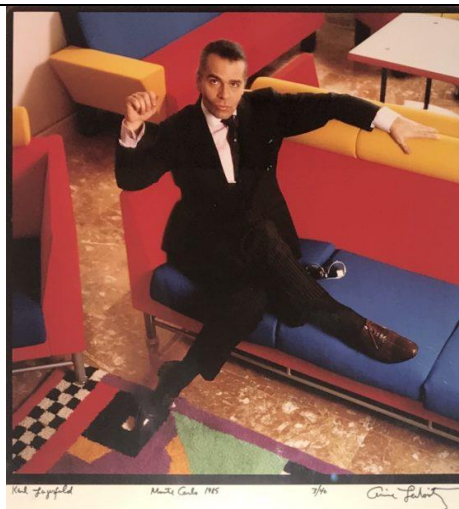
Erwin Olaf, Reclining Nude #2, 2015



Erwin Olaf, Waiting, Shenzhen, 2014

Annie Leibovitz

Amerikai portréfotós, aki leginkább hírességek, filmszillagokról készít lenyűgöző és egyben drámai képeket. Leibovitz stílusa rendkívül sokoldalú és kreatív, és gyakran jellemző rá az intimitás és az emberiség megörökítése a fotóiban. Képei élettel teli pillanatokot örökítenek meg. Portréi mélyreható bepillantást engednek a modelljei személyiségébe és érzéseibe. Képei gyakran tartalmaznak kreatív kompozíciókat, színes és különleges megvilágítást, amelyek kiemelik a



Annie Leibovitz, Karl Lagerfeld, Monte Carlo, 1985

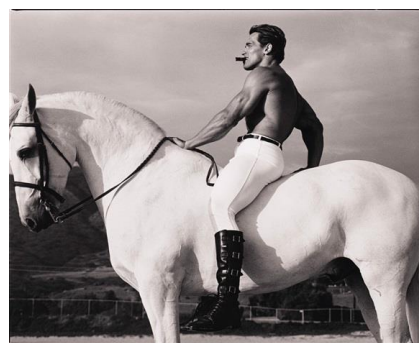
modell egyediségét és karakterét. Leibovitz portréi gyakran történeteket mesélnek el, vagy kiemelnek egy fontos pillanatot az alany életéből vagy karrierjéből. Ő egyike azon kevés fotósoknak, akiknek a neve és munkája szinonimája lett a kortárs portréfotográfiának.

Természetes és spontán megjelenés: ezalatt azt értem, hogy bár Leibovitz képei gyakran rendkívül gondosan megtervezettek és kivitelezettek, mégis képesek egyfajta spontaneitást és természetességet sugározni. Ezáltal a modell személyisége és karaktere az előtérbe kerül.

23



Annie Leibovitz, Lance Armstrong, 1999



Annie Leibovitz, Arnold Schwarzenegger, Malibu, CA, 1988

²³ Annie Leibovitz - <https://www.artnet.com/artists/annie-leibovitz/>

5. Énmárka felépítése

Az énmárka felépítése nem egyszerű dolog, kiemelkedővé kell tenni saját egyediségünket és értékrendünket, idegenek számára.

Először is tisztában kell lennünk azzal, hogy mit is szeretnénk üzeni a világnak azzal amit, képviselünk és képviselni fogunk.

Mielőtt kialakítanánk az énmárkánkat először is meg kell határoznunk a célközönségünket, milyen problémával küszködnek és mi hogyan tudunk ebbe nekik segíteni.²⁴ Meg kell állapítanunk, kinek is szólna az, amit képviselünk, milyen generációhoz szeretnénk adni márkánkat, fiataloknak/időseknek, nőknek/férfiaknak, vagy akár mindezeket egybevonva.

Hatalmas a világ és nagyon nehéz olyan dolgot csinálni, ami már nincs a piacon, legyen szó bármiről is. Meg kell nézni a konkurenciát, neki mi működik, milyen területeken mozog, és miben tudnánk különbözni tőle, mitől tudunk egyediek lenni.

5.1 Reklámok hatásai a Személyiségre

Manapság már a reklámok hatásai alatt vagyunk, akár öntudatosan vagy öntudatlanul. A reklámokat nem lehet elkerülni a mai társadalmunkban, mindenhol ott vannak, ha látni akarjuk őket, ha nem. Elénk vetítik, a falakon, az újságokban, járműveken, táblákon, weboldalakon és szinte minden látható térben és időben ott villognak a retinánkba, és ennek hatására nagyon könnyen bele tudunk veszni, abba a reklámmennyiségű áradatba, amely ránk zúdul a mindennapjainkban. Ha nem gondoljuk végig, valójában mire van szükségünk. „Jó áron” megvehetjük az akár szükségtelen dolgokat is, miközben azt gondoljuk magunkban vásárlás közben, hogy a lehető legjobb dolog, ami történhetett velünk. Igen, el kell ismernünk, hogy olykor, a reklámok hajszolnak bele a vásárlási kényszerünkbe.

²⁴ Töröcsik Mária - Self-marketing

Vegyük alapul Oliviero Toscani-t, aki sokkoló reklámkampányairól híres. Provokatív képeiben megjelenik a vallástól a sexig, a politikától a testképig. Csodákat művelt a Benetton céggel, úgy, hogy 1990 és 2000 között egyetlen ruhadarab sem jelent meg a kampányokon, plakátokon. Toscani olyan képeket készített, amelyek provokatívak, ahogy nem ilyed meg a homoszexualitás és a rasszizmus témáitól sem.

Toscani provokátor volt. Pontosabban annak ítéljük meg. Magát nem mondja annak. Úgy hiszi, hogy azok a „provokatív” képek amiket készített, azok a valódi igazságot tárják fel, mindennapjainkat dokumentálja. Oliviero Toscani, 2005

„Nézem a helyzetet, és a helyzetből igyekszem megtalálni azt, ami szerintem a legjobb módja annak, hogy dokumentáljam azt, ami körülvesz. Nem csak nézek, hanem próbálok látni”.²⁵



²⁵ Oliviero Toscani - more than fifty years of Magnificent Failures, 2015

²⁶ Oliviero Toscani - <https://artplugged.co.uk/oliviero-toscani-toscani-chetz-mazzoleni/>

Vizsgamunka

Diplomamunkámban az önportével foglalkozom, és a divat segítségével fejezem ki saját magam identitását, valamint hogy hogyan lehet kifejezni személyiségünket a fotográfia segítségével. Ahogy szakdolgozatom témája is az egyén megjelenése. Mostanában egyre inkább érdekel, egyre többet foglalkoztat a saját belső énem, gondolataim fotók általi megjelenítése. Vannak régebbi képek magamról, melyeket saját magam fényképeztem. Ahogy ezeket nézegettem, próbáltam visszagondolni az okokra. Milyen célból készültek? Mi volt egy adott képnél fontos mondanivaló? Ha most így az idő távlatából szemlélem ezeket a képeket, azt látom, amit akkor akartam megmutatni magamból? Ha igen, mi az, amiért ez sikerült, és ha nem, mit nem csináltam jól? Elgondolkodtam a képeken látható önmagamon. Arra jutottam, hogy sok képen látom magam érzelmeit kifejezve. Valami mégis hiányzott ezeken a képeken, az a többlet, amit magam számára stílusként fogalmaztam meg.

Így az utóbbi időben egyre inkább érdekelni kezdett a divat. Egyre tudatosabban kezdtem el öltözködni. A megjelenésem részleteire való figyelem arra ösztönzött, hogy a saját magamról készített fotókon is jelenjen meg az a nagyon pontos, tudatosan átgondolt stílus.

Munkámra nagy hatással voltak különböző fotóművészek képei. Ők hogyan tudták megragadni az emberi személyiséget? Hogyan és miként ábrázolták azt? Hogyan tudták átadni a néző számára a mély érzelmet és letisztultságot portréalányaikon? Tőlük inspirálódtam. Most már tudom mennyire sokat számít az, hogy egy emberen milyen ruha van, és hogy a fotóalanyainkat milyen térben helyezzük el, legyen szó hírességről, vagy akárcsak egy átlagos emberről. Mind ezek hozzáadnak a kép letisztultságához és művésziességéhez.

Ahogy már a dolgozatom bevezetőjében utaltam rá, tudom magamról, hogy szavakkal, nagyon nehezen fejezem ki magam. Számomra nem a verbális kommunikáció a legnagyobb és legkönnyebb kifejező erő. Szavak helyett én sokkal inkább a képi megfogalmazást szeretem. Azt a mások által gyönyörűen árnyalt nyelvi szinten való megfogalmazott gondolatsort, amit egy izgalmas szöveg mond el, én azt képileg, egy fotó, fotósorozat által, úgy érzem, könnyebben el tudom mondani. Az önmagamra való figyelés erre is ráébresztett.

Ahhoz, hogy egyetlen képbe sűrítsem azt, amit más oldalakon keresztül magyaráz, ír le rövidebb hosszabb mondatokkal, tudom, hogy azt körültekintően, nagyon tudatosan kell megválasztanom a képeim legapróbb részleteiig. Színt, formát, mozzanatot, helyszínt stb.

A képeken látható kellékek már nem véletlenszerűek, ott maradt tárgyak. Sokkal inkább, valóban nagybetűs kellékek, melyeknek pontosan meghatározott helyük és jelentésük van a képeim mondanivalóját, és fontossági jelentését illetően számomra.

Célom ezzel a képsorozattal, és azon belül az öltözködési stílusomon, azokat a ruhákat, amelyeket felveszek és megjelenek bennük, kellékekkel, amiket használok, megmutassam, miként állok a világ elé, miként vagyok jelen benne, miként mutathatom meg saját emberi énem-személyiségemet, milyen emberi szerepet játszok benne. Minden „ruhaszett”, póz, minden helyszín más és más arcomat mutatja, de ezeken kívül egy teljes összképet kaphat a néző saját magamról.

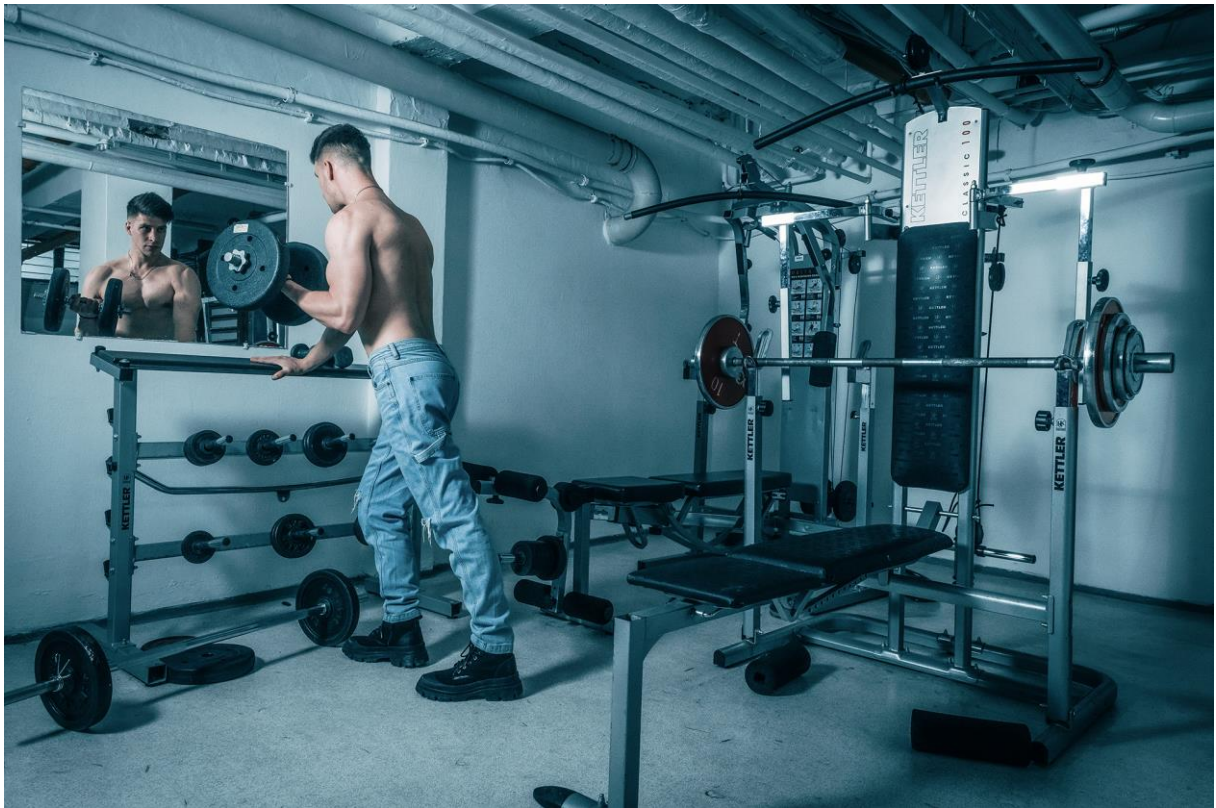
Azzal, hogy egy szürreális, de talán mégis egy „színes” képet/sorozatot állítok a néző elé, kifelé próbálok tekinteni. Ez, számomra egyfajta megnyílás az emberek felé, mivel én régebben nem nagyon mertem megszólalni társaságokban, akár barátok közt voltam, vagy akár valami idegen helyen. A divat – öltözködés lett számomra a mentsváram, ahol fel vehetek bármit, nem érdekel, mások mit gondolnak rólam. De a lényeg, hogy jobban meg tudok nyílni mások előtt, ha jól érzem magamat a saját „bőrömben”.

Képeimmel azt szeretném tükrözni, aki valójában, vagyok. Bár a képeim egytől egyik beállítottak, nincs bennük megjátszás, még ha úgy is tűnik. Nem színjátékot látunk. Így érzem magam a legvalódibbnak. Az egy másik kérdés, hogy vajon miféle „állarcot” viselek, mikor önmagamot adom. Az állarc az más, ha állarc mögé akarok bújni, attól még önmagamot tudom adni, viszont ott derül ki, hogy mennyit akarok megmutatni az igazi valódi énemből, és mi az a kis része, avagy nagy része, amit el akarok rejteni. Viszont ebben a sorozatban semmit nem rejtegetek önmagamból, azt látunk, amit látunk, és azt látjuk, akit látunk

Képeimet egy vagy két fényforrással világítottam meg. Digitális technikával dolgozom. Színes valamint fekete fehér képek is kerültek a sorozatomba, mivel azt a hatást szeretném elérni, hogy a nézőt kibillentse az egyhangúság és monotonitás érzete alól. Ezzel is egy szürreális összkép megjelenítése a célom.

Sorozatomban történések folyamát ábrázolom, azokat a dolgokat, amik életem során végig kísérték, vagy végig kísérnek még mindig. Legyen szó akár „melankolikus álomról”, az életben való „előre törekvésről”, a testről, mint „egyszeri megadatott énünk jelképéről”, a vásárlásról, mint örömforrásról, vagy akár a lazaságról, amihez egyfajta nélkülözhetetlen elegancia párosul. Ezekkel a képekkel is szeretném alátámasztani, hogy igenis fontos mozzanata a külső megjelenésünk, az öltözködésünk és ezek kellékei.









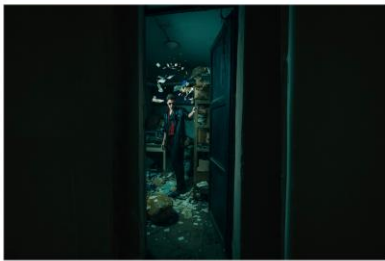












Bibliográfia

- Hakniss Elemér - Az ezerarcú én, 2005
- Jon Elster – The multiple self, 1986
- Szakács Ferenc, Kulcsár Zsuzsanna - Személyiségelméletek, 2001
- Sigmund Freud - <https://motivatormagazin.hu/pszichologia/mi-az-ego/>, 2023
- Jonathan D.Brown - The self, 1998
- William Stern
- Ophra Winfrey - Élet adta bölcsességek, 2017
- Susan B. Kaiser – The social psychology of clothing, 1985
- Szűr Krisztina – Stylist kézikönyv, 2006
- A stílus soha nem megy ki a divatból - <https://divany.hu/offline/divat-stilus-trend/>, 2022
- A divat fogalma és jelentősége – https://tudasbazis.sulinet.hu/hu/0d0cc85d-f7b5-41fb-aec0-d1b8362c7ebf_e90c4562-46d5-4b3a-a5ed-d640f67b512a_cca0d252-8fb4-416f-ac29-41411acedb91_42097f0a-9b1f-4765-81f9-3ebd8755883f_9596819a-6d5a-4fb6-8578-375c175bcf00_5fe3928b-45c8-476f-a62b-b244292b00f7, 2024.04.02
- A divat - <https://hu.wikipedia.org/wiki/Divat>, 2024.04.08
- Giorgio Armani – A hülyék sosem elegánsak, 2016
- Csipes Antal, a divatról komolyan, 2011
- Jeff Wall – <https://museemagazine.com/features/2020/10/28/frieze-talk-with-jeff-wall>, 2024.04.23
- Cindy Sherman - <https://www.moma.org/artists/5392>, 2024.04.23
- Cindy Sherman - <https://magazine.artland.com/portraits-of-america-cindy-shermans-untitled-film-stills/>, 2024.04.23

- Erwin Olaf - <https://www.theguardian.com/artanddesign/2023/sep/29/erwin-olaf-obituary>, 2024.04.24
- Erwin Olaf - <https://www.artsy.net/artist/erwin-olaf>, 2024.04.25
- Annie Leibovitz -, 2024.04.16
- Töröcsik Mária - Self-marketing, 2017
- Oliviero Toscani - more than fifty years of Magnificent Failures (csodálatos kudarcok), 2015

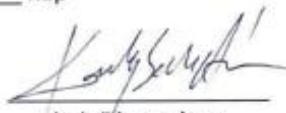
NYILATKOZAT

Gyöngösi Soma (név) (hallgató Neptun azonosítója: FSZXLN)
konzulenseként nyilatkozom arról, hogy a
záródolgozatot/szakdolgozatot/diplomadolgozatot/portfóliót¹ áttekintettem, a hallgatót az
irodalmi források korrekt kezelésének követelményeiről, jogi és etikai szabályairól
tájékoztattam.

A záródolgozatot/szakdolgozatot/diplomadolgozatot/portfóliót a záróvizsgán történő
védésre javaslom / nem javaslom².

A dolgozat állam- vagy szolgálati titkot tartalmaz: igen nem^{*3}

Kelt: 2024 év APRILIS hó 29 nap


belső konzulens

¹ A megfelelő dolgozattípus meghagyása mellett a többi típus törlendő.

² A megfelelő aláhúzendő.

³ A megfelelő aláhúzendő.

NYILATKOZAT

a záródolgozat/szakdolgozat/diplomadolgozat/portfólió¹ nyilvános hozzáféréseiről és eredetiségéről

A hallgató neve: GYÖNGÖSI SOMA
A Hallgató Neptun kódja: F57XLN
A dolgozat címe: JELLEM
A megjelenés éve: 2024
A konzulens intézetének neve: MATE, RÍPPL-RÓNAI MŰVÉSZETI INTÉZET
A konzulens tanszékének a neve: MÉDIA TANSZÉK

Kijelentem, hogy az általam benyújtott záródolgozat/szakdolgozat/diplomadolgozat/portfólió² egyéni, eredeti jellegű, saját szellemi alkotásom. Azon részeket, melyeket más szerzők munkájából vettem át, egyértelműen megjelöltem, és az irodalomjegyzékben szerepeltettem.

Ha a fenti nyilatkozattal valótlan állítottam, tudomásul veszem, hogy a záróvizsga-bizottság a záróvizsgából kizár és a záróvizsgát csak új dolgozat készítése után tehetek.

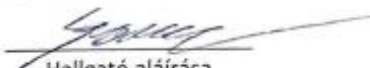
A leadott dolgozat, mely PDF dokumentum, szerkesztését nem, megtekintését és nyomtatását engedélyezem.

Tudomásul veszem, hogy az általam készített dolgozatra, mint szellemi alkotás felhasználására, hasznosítására a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem mindenkori szellemi tulajdon-kezelési szabályzatában megfogalmazottak érvényesek.

Tudomásul veszem, hogy dolgozatom elektronikus változata feltöltésre kerül a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem MATER Hallgatói Dolgozatok repozitóriumába. Tudomásul veszem, hogy a megvédett és

- nem titkosított dolgozat a védést követően
- titkosításra engedélyezett dolgozat a benyújtásától számított 5 év eltelte után nyilvánosan elérhető és kereshető lesz az Egyetem MATER Hallgatói Dolgozatok repozitóriumában.

Kelt: 2024 év APRILIS hó 29 nap


Hallgató aláírása

¹ A megfelelő dolgozattípus meghagyása mellett a többi típus törlendő.

² A megfelelő dolgozattípus meghagyása mellett a többi típus törlendő.