



Szöveg Text by Tillinger Zsófi
Fotó Photography by Dömök Noel Szilveszter

MELEG PARADICSOMMADÁRBÓL MEGÉRTŐ STYLIST

SHOW-RENDEZŐ,
DIVAT-ÚJSÁGÍRÓ,
JELMEZTERVEZŐ,

TÖBB KÖNYV SZERZŐJE, DIVATISKOLÁT IGAZGAT, FŐZŐMŰSORBAN MÉRETTETI MEG MAGÁT, ÁTALAKÍTÓSZALONT VEZET, 2014-BEN AZ ÉV STYLISTJÁVÁ VÁLASZTOTTÁK – SOK MINDENT EL LEHET MONDANI LAKATOS MÁRKRÓL, ÉS Ő PONTOSAN EZT AZ EXTROVERTÁLT EKLEKTIKUSSÁGOT IMÁDJA AZ ÉLETÉBEN. MAGYARORSZÁG KÉRDÉS NÉLKÜL LEGMEGHATÁROZÓBB STYLISTJÁT FAGGATTUK A BAJUSZHIÁNYTÓL KEZDVE AZ ÖNAZONOS ÖLTÖZKÖDÉSEN ÁT ARRÓL, HOGYAN VÁLIK EGY SZEMÉLY BRANDDÉ – NA ÉS TERMÉSZETESEN ARRÓL, MI KORUNK DIVATJÁNAK ZEITGEISTJA.

FROM THE EXTREME BIRD-OF-PARADISE TO AN UNDERSTANDING STYLIST

SHOW-DIRECTOR; FASHION JOURNALIST; COSTUME DESIGNER; AUTHOR OF SEVERAL BOOKS; DIRECTOR OF A FASHION SCHOOL; COMPETITOR IN A COOKING SHOW; LEADER OF A MAKEOVER SALON; AND FASHION DESIGNER OF THE YEAR 2014 – THERE ARE MANY WAYS TO DESCRIBE THE ENDEAVOURS OF MÁRK LAKATOS, AND HE TAKES GREAT PRIDE IN THE EXTRAVAGANT LIFESTYLE THAT RESULT FROM HIS ECLECTIC VENTURES. WE HAVE TALKED TO HUNGARY'S IRREFUTABLY MOST DEFINING STYLIST ABOUT THE ABSENCE OF HIS TRADEMARK MOUSTACHE, SELF-IDENTICAL STYLING, HOW A PERSON EMBODIES A BRAND – AND, OF COURSE, ABOUT THE ZEITGEIST OF OUR TIME.

MÁR TÖBB, MINT EGY HÓNAPJA ELHAGYTA AZ ÚGYMOND SIGNATURE VÉDJEGYEDNEK SZÁMÍTÓ BAJUSZT ÉS A GÖNDÖR HAJAT IS. MIÉRT DÖNTÖTTÉL ÍGY?

Igazából meguntam. A napi rituálékat nehezen viselem a saját figurám, a saját külsőm körül is; jó kis játék volt ez a bajusz, de ennél nagyobb a szabadságvágyam. Borzasztó szórakoztató volt eleinte, és sok pozitív megerősítést is kaptam: egyesek azt mondták, mennyire menő, mások egy „mi így is szeretünk”-kel vigasztaltak, a másik oldalról pedig az „imádunk, de ezt ne”, „hogyan nézel ki?” kommenteket kaptam. Egészen furcsa, hogy egy ilyen kis szórdarab mennyire meg tudja osztani a külvilágot; milyen szélsőséges reakciókat tud kiváltani egy karakteres, régi vágású bajusz. Majdnem olyan szélsőségeset, mint a női hónaljiszőr – ami amúgy teljesen természetes dolog. Szerettem megfigyelni ezeket a reakciókat is; rettentő izgalmasnak tartom kívülről figyelni az embereket.

SZERETSZ MEGFIGYELNI, DE KÖZBEN NAGYON ELŐL VAGY. AMI ALAPVETŐEN EGY STYLISTNÁL NEM ANNYIRA JELLEMZŐ.

Érdekes felvetés, mert sok olyan stylist van a szakmában, aki előre tolja magát: vegyük csak Patricia Fieldet, Rachel Zoe-t vagy Anna Dello Russo-t. A stylistok egy rétege szeret saját magával is játszani, nem csak a klienseivel, modelljeivel, babáival; olyan kísérletező személyiségek, akik maguk is extrovertáltak, magamutogatók. Erre külföldön nagyon sok példa van, de nagyon érdekes, hogy itthon én vagyok az egyetlen stylist, aki ennyire kiteszi magát.

IT'S BEEN MORE THAN A MONTH SINCE YOU STOPPED WEARING YOUR SIGNATURE MOUSTACHE AND CURLY HAIRDO. HOW COME?

Actually, I got bored with it. I find daily rituals difficult, and my appearance is no exception; it was good for a laugh, but I need the freedom to change. Although, it was quite amusing in the beginning. I got so many responses! Some thought it was cool, others were like “we still love you,” or in the other extreme I heard several “we-love-you-but-please-don’t...” and “do-you-have-any-idea-what-you-look-like”? It is perplexing how a tiny fluff of facial hair can affect so many, that an old-fashioned moustache can induce such extreme reactions. It is almost as extreme as female armpit hair – which by the way is only natural. I find it interesting to observe these reactions, and people in general.

YOU LIKE TO OBSERVE, BUT YOU ARE ALSO VERY MUCH IN THE LIMELIGHT. THIS IS NOT A COMMON FEATURE FOR A STYLIST.

Interesting you should say so, because there are many stylists whose name and persona play a larger role than their profession: how about Patricia Field, Rachel Zoe or Anna Dello Russo? Apart from their clients, models and dolls, many stylists like to experiment with their own public image as well; they are extroverts and enjoy showing off. There’s many of these exhibitionist stylists abroad, which is why it’s fascinating to see that I am the only one in Hungary who shows himself so unabashedly.

„NAGYON
GYORSAN
LESZÜRÖDÖTT
AZ EPOSZI JELZŐ;
LAKATOS MÁRK,
A MELEG STYLIST.”

“VERY SOON, I GOT MY TITLE;
MÁRK LAKATOS, THE GAY STYLIST”

VAN EGY LAKATOS MÁRK NEVŰ FOGALOM, AMI EGYSZERRE IMIDZS, BRAND, GROUP, JELENSÉG. MINDEZ TELJESEN TE VAGY, MINDEZ BELŐLED JÖN? VAGY EZ MÁR EGY KARAKTER, AMIT MEGTEREMTETTÉL MAGADRÓL; EGY LAKATOS MÁRK-ALIAS?

Az a Lakatos Márk brand, amit felépítettünk, természetesen nem tartalmazhatja mindazt, ami én vagyok. Minden márkának egyszerűsítenie kell a tartalmát, hogy jobban kommunikálható legyen. Ha ez a márka egy személy, akkor valakinek vagy magának kell nagyon egyszerűnek lennie, vagy ki kell kristályosítani azt a részét, amire az emberek harapnak. Én mindig is egy nyughatatlan természetű, divergens koncentrációjú, kereső, szerteágazó ember voltam. Ennél fogva nagyon kicsi a monotóniatűrésem; mindig új impulzusokat keresek, amit ebben a szerteágazó kreativitásban találok meg. Soha sem tudnám egyvalamire feltenni az egész életemet. Nagyon kiszakított környezetben ismert meg először a közvélemény; egy nagy televíziós showműsor szereplőjeként, ami jellegéből fakadóan túlzó; a meleg stylist, aki jön-megy a ruhákkal, maga is sziporkázik, egy excentrikus paradicsommadár. Ebből nagyon gyorsan leszűrődött az eposzi jelző; Lakatos Márk, a meleg stylist.

TETSZETT EZ A SZEREP?

Nem volt vele gondom. Furcsa viszont, hogy mennyire őszintén és gyermekien ugrottam bele; azt hittem, mindenki tetszését el fogom nyerni. Óriási pofon volt szembesülni vele, hogy a magyar társadalom nagy része ab ovo elutasítja a melegeket, vagy akik egy kicsit is furcsábbak, kilógnak, ironikusak, és nem feltétlenül a mainstream jópofáskodás keretébe tartoznak. Nagyon izgalmas volt az első átalakítás, makeover műsoraimat megkapni; megmutathattam egy másik arcomat, amelytől aztán megszeretett a közönség. Nagyon liberális, demokratikus, empatikus része ez az énemnek, ami tényleg az őszinte elfogadásról szól. Például nőkre levetítve engem tényleg nem érdekel, kövér-e, nagy-e az orra, kicsi-e a melle, van-e narancsbőre. Ez egy közös játék. Játék, akárcsak gyerekkoromban, mikor babáztam; hogyan lehet közösen a legjobbat kihozni a helyzetből. Azért lett a műsoroknak nagy sikere, mert mindenki megértette, hogy nincsenek effektív elvárások; az ő adott világában szeretnék találni róla egy sokkal érvényesebb képet önmagáról, mint amit előtte közvetített.

THE CONCEPT OF MÁRK LAKATOS IS AN IMAGE, A BRAND, A GROUP AND A PHENOMENON, ALL IN ONE. DO YOU IDENTIFY PERSONALLY WHICH EACH AND EVERY ONE OF THEM? OR WOULD YOU SAY THIS IS A CHARACTER YOU HAVE CREATED FOR YOURSELF; A MÁRK LAKATOS ALIAS?

The Márk Lakatos brand that we have built cannot, obviously, contain my personality in its entirety. Every brand has to simplify their content to make it easier to communicate. If a brand represents a person, that person will have to be very one-dimensional. More commonly, you pick a certain part of the image and polish it up, to make it attractive to the public. Ever since I can remember, I have been an easily distracted, rather reckless person, always on the lookout. Needless to say, I cannot bear monotony. Within the diversity of the creative field I am able to satisfy my constant need for new impulses. I’d never be able to do just one thing in my life. When I started to garner recognition I was in a very isolated environment; as part of a TV show – which is already based on exaggerations. I played the part of the sparkling, gay stylist, running back and forth with bunches of clothes under my arms. An extreme bird-of-paradise. Very soon, I got my title; Márk Lakatos, the gay stylist.

DID YOU LIKE THIS ROLE?

I didn’t have any problem with it. It was strange though, how genuine and almost childlike I was when I jumped into this character: I thought everyone would like me. It was a huge slap in the face to see that the majority of Hungarians sneer at the gay community, and at anyone who is a little bit different for that matter. If you stand out, are a bit ironic, or don’t stay within the limits of mainstream entertainment, period, you are guaranteed to be met with controversy. Getting my first makeover show on TV was very exciting; it allowed me to show a different side of myself, which ultimately made me popular. It portrays the open-minded, democratic and empathetic part of me, which is all about true acceptance. For example, with women, I really don’t care whether they are fat, if they have a big nose, small breasts or cellulite. I see it as a game, like when I was a child, playing with my dolls; let’s try to make the best out of this situation. What made the show successful is that everyone understood: there are no baseline conditions or prerequisites to beauty. We simply want to find a stronger, more authentic image for the person involved. Something they can identify with and make their own.



„MINDIG IS
HITTEM
A HIBÁBAN,
A SZABÁLYTALANBAN,
A TÖKÉLETLENBEN”

"I HAVE ALWAYS BELIEVED THE IMPERFECT"

ÍGY NŐTT KI AZ EXTRÉM PARADICSOMMADÁR, MELEG STYLISTBÓL AZ EMPATIKUS ÉS MEGÉRTŐ LAKATOS MÁRK?

Pontosan, és ebből már ki tudott épülni egy brand; az arculatunk, az átalakítószalonunk, a social media platformunk, ami ugyanezt az üzenetet viszi tovább. De ez ugyanúgy csak egy részem, ez sem a teljes Lakatos Márk, hanem egy saját magát körülíró brand. Borzasztó érdekes látni, ahogy felépül egy gépezet, egy profi stáb, és a saját ars poeticátat már rajtad kívülálló emberek is hitelesen közvetítik. Hogy van az, hogy ez nem én vagyok, de mégis én vagyok? Hogyan tudnak mások úgy beszélni, ahogy én beszélnék? Az ember ilyenkor hátrálép. Nagyon jó erőpróba ez a saját egónkkal szemben.

MITŐL JÓ IGAZÁN EGY STYLIST?

Ha nem feltétlenül a saját műemlékét akarja felállítani a munkáiban. Mindenben, amit personal stylingnak hívunk – ez lehet celebrity styling, corporate styling és bármi, ahol élő, hús-vér emberek külsejével kell játszanom. Mindegy, hogy Gryllus Dorka vagy egy borsodi mélyszegénységben élő leányanya jön hozzám; a styling csak akkor működik, ha nem tartod magad annyira fontosnak és megnézed, az adott személy mire reagál. Lehet, hogy a tökéletes megoldás számomra más lett volna, de ha az adott ember így boldog, így tudja magát elfogadni, így kerek, akkor ezt kell csinálni, mert ez közös munka. Modelleket öltöztetni egy fokkal virtuálisabb közeg; habár hús-vér emberek, mégsem a személyiségük a lényeges, hanem a külsejükkel megmutatott üzenetek. Itt a saját intuíciónkkal, kreativitásunkkal, kis hülyeségeinkkel kell becsatlakozni a flow-ba; ez adja meg a mondandó ízét. Nem hiszek a statementekben, utálok a divatbakikat, a dos and don'ts-okat, a gentleman tíz aranyszabályát meg hasonlókat. Az emberek szeretik a törvényeket és szabályokat, mert egyszerűbb, mint saját magukban kiforralni valamit – de ebben is némiképp más utat járok.

IS THIS HOW THE EXTREME BIRD-OF-PARADISE, THE GAY STYLIST, BECAME THE EMPHATIC AND UNDERSTANDING MÁRK LAKATOS?

Exactly, and it was a piece of cake to make a brand following this; our image and general attitude had a strong resonance with the public. But again, this is only one part of me. Not the entire Márk Lakatos, but a brand that speaks for itself. It is fascinating how you can build a kind of self-organizing automaton together with a professional team, and to see your ars poetica being asserted by third parties. How can it be me, but also not me? How is it that others can talk the way I do? This is the moment when you withdraw. It is an excellent test for your ego.

WHAT DEFINES A GOOD STYLIST?

Someone who doesn't aim to build glorified monuments to themselves. Whenever I work with the appearance of a person – be it in personal styling, corporate styling, or the styling of your Average Joe – there is no difference between a famous actress or a penniless young mother asking for help; it can only work if you drop the ego. If you consider yourself too important, you will fail at observing the reactions of your clients. You will miss the mark trying to come up with the perfect solution, whereas all you really need to do is to help people accept themselves just as they are. To style models is a tad more elementary, because their personality is secondary to the result. More important is it to convey a certain mood or atmosphere with their look. On those occasions you can just flow with your creativity, intuition and eccentricities; to give some flavour to that mood. I don't believe in statements. I hate fashion mistakes, do's and don'ts, 10 golden rules of being a gentleman et cetera. People love rules and laws because it relieves them of having to come up with original ideas – I also have my own way in this.

IN FLAWS, THE UNEVEN,

2017 DIVATSZEMPONTBÓL HATALMAS KATYVASZNAK LÁTSZIK, NEM LEHET TETTEN ÉRNI EGY-EGY IGAZÁN DOMINÁNS TRENDET. VAGY IGEN?

Néhány éve megfigyelhető a divat olyanfajta bizarrá válása, amit néhány nagy divatguru már a 2000-es évek előtt megjósolt; a nagyok a bizarr, a rare felé tippeltek: helyesen. Képi társadalomban élünk, az erős képi információ tud hatni és ez magában foglalja a testre írt kommunikációt. A meghökkentés művészete egyre erősebb. Az ezidáig érvényes nagy átlagok feloldódnak, például a modellhasználatban is: idén jellemző a túlsúlyos, öreg, vagy bármilyen testi szabálytalansággal élő emberek meg- és felmutatása. Nem feltétlenül az átlagot kell isteníteni és felmutatni, plusz megtiltani minden mást. Vaskos évszázadot rombolunk le 2017-ben,; az idei év az átlagtól eltérés kultúráját hozza meg. Mindig is hittem a hibában, a szabálytalanban, a tökéletlenben; és a trendek egyre inkább erre mutatnak.

FASHION-WISE 2017 LOOKS LIKE A MELTING POT; YOU CANNOT REALLY PUT YOUR FINGER ON A DOMINANT TREND. OR CAN YOU?

Fashion has become a little weird in the past couple of years; something that several great fashion gurus had already predicted before the 2000s. They mentioned "rare" and "bizarre," rightly so. We live in a visual society, strong visuals – which includes communicating with your body – can affect us. The use of shock effects is getting stronger and stronger. The standards are disappearing, evident for instance in the use of models: this year we see many older, chubbier models, or anyone with some visible physical flaws. You shouldn't have to admire the norm and ban everything else. We are destroying a bulky century in 2017; this year has brought a culture of being different to the norm. I have always believed in flaws, the uneven, the imperfect. And lately, trends have been pointing towards this direction.

„FÉRFIAK! ITT AZ IDŐ SZOKNYÁT VENNI, HAMÁR A NŐK EGY ÉVSZÁZADA NADRÁGOK HORDANAK!”



EZ A TÚLZÁSBA VITT MEGHÖKKENTÉS NEM OLTJA KI ÖNMAGÁT?

Kikerülhetetlen ez is, mivel olyan poszt-posztmodern korban élünk, ahol horizontális információk vannak, nem vertikálisak. Már nem számít az a fajta régi műveltség, ami száz éve egy rendes, polgári iskolában vertikálisan megszerezhető volt. Nincs strukturális tudás, hanem elképesztően nagy horizontális információdömping és az egymás mellé rendelt képi értékek nyomán tájékozottságunk is ezen a szinten fejlődik.

MIT OKOZ EZ?

Az alá-fölérendelt műveltség hierarchikus és autokratikus, kevés szabadság fér bele. A horizontálisba rengeteg, de kérdés, hogyan fér ez bele? Ha Zeitgeistről beszélünk, nagy kérdés ez a rendeződés: milyen struktúrát hoznak létre az egymás mellé nyitott ablakok? Én mindig is egy mozaik típusú ember voltam: a divat korszelleme is ilyen irányba konvergál. A hegemon, egytrendiségű szezonok helyett multidiszciplináris, abszolút virális rendszerben működik a divat: ahogy az interneten minden elérhető azonnal, divatban is egyszerre kell jelen lennie mindennek.

HOGYAN LEHET EZEKET A TRENDEKET MEGJÓSOLNI?

Ez nem valószínűsítésszámítás; a divat túl komoly iparág ahhoz, hogy ne legyen pontosan előre megtervezve. A textiltől a bőrig számtalan iparág kell a tervezők mögé, ezért jövőkutatásokkal operáló trendelőrejelző ügynökségek határozzák meg évekre előre elképesztően precízen és üzleti alapon az adott szezonokat. Karl Lagerfeld egyszer azt mondta: „A divat a kor hangulata, a kor szelleme.” És minden ezen múlik. Azon a szikrán, ami képes olyan szerepeket megfogni, melyeket az éppen aktuális társadalmi csoportok megélnék.

WON'T THE USE OF THIS MUCH SHOCK WEAR OFF EVENTUALLY?

You cannot avoid this as we live in a post-postmodern age where information reaches us horizontally instead of vertically. The age old theory that you need to get into a decent school to gain vertical knowledge is not important 100 years later. There is no structural knowledge, we live in an immense flow of horizontal information and our awareness progresses based on these visuals that follow up one another.

WHAT DOES THIS CAUSE?

Since super/subordinate education is hierarchical and autocratic, it has no room for freedom, unlike the horizontal one. The only question is: how? When it comes to Zeitgeist, you might ask: what kind structure will these adjacent, open windows create? I have always been a mosaic type of person. The spirit of the time means fashion also seems to be converging toward this direction. Regarding the paradigms within fashion, now is not an era of seasonal hegemony or singular, international trends; the system has become viral and multidisciplinary. Just as the Internet provides us with anything at any given time, fashion too has to encompass everything and all simultaneously.

HOW CAN YOU PREDICT THESE TRENDS?

This does not rely on contingency. The fashion industry is far too prominent not to be planned ahead. A designer depends on countless industries, from leather to textile producers. This is why the trends of any given season are determined in minute detail years in advance, mostly by trend forecasting agencies. Karl Lagerfeld once said that "Fashion is the mood of the age, its Zeitgeist." And this is all that matter: the tiny spark that has the potential to activate contemporary social groups and define their roles.





**"MEN!
IT IS ABOUT
TIME
YOU WORE
SKIRTS!
WOMEN
HAVE BEEN
WEARING
PANTS FOR
ALMOST
A CENTURY!"**

MILYEN SZEREPEKET LÁTSZ IDÉN ILYENNEK?

A húszas évek Chanel-korszaka a női egyenjogúság diskurzusát hívta be; ez most majdnem száz év elteltével teljesen visszaért. Borzasztóan aktuális lett a girlpower, az androgün divat, a chick-lit, a melegházasság, a go-for-it neofeminista és unisex statementek. Nemrég tartottam egy előadást, ahol felszólítottam a közönséget: Itt az idő szoknyát venni férfiak, hamar a nők egy évszázada nadrágok hordanak! Hallatszott a morajlás, mindenkinek kimeredt a szeme. Ugyanis ez még mindig inzultus; a ruhadarabokhoz pró-kontra szexuális üzenetek társulnak. Vannak oké és nem oké szexuális szerepek. A nő férfi szerepben levése valamennyire már elfogadott, azonban az, hogy egy férfi alárendelt, kvázi női jelzésű ruhadarabot hordjon, még mindig elfogadhatatlan.

MI BEFOLYÁSOLJA EZEKET A TRENDELŐREJELZÉSEKET? A MÁR UTCÁN HORDOTT RUHÁKBÓL ÉPÍTKEZNEK, VAGY TELJES MANIPULÁCIÓ TÖRTÉNIK: ÚGYIS AZT HORDJUK, AMIT KAPUNK?

A streetwear blogok megjelenésével sokkal inkább inspirálódnak a tervezők az utca divatjából, mint előtte. A netes linkelés miatt hatalmas van annak, amit az emberek szeretnének; 2017-re nem a lángelekű tervezők ige hirdetése jellemző. Ez igazán körülírja a korhangulatot; mit szeretnénk magunkból mutatni? A legnagyobb kommunikációs felületünk ugyanis a saját testünk. A textualitáselméletek és a testtudomány is ezt kutatja; a divat szöveg, melyet vagy mi írunk a testünkre vagy a hatalom ír ránk. Mivel nem járhatunk meztelenül, ezért minden, amit magunkra veszünk, személyiségünk nagyon fontos nyelvi megformálásává válik. Természetesen ez is fejlődik; mik a tabuk, mik a kötelezettségek nemünkönél, testünkönél, korunknál fogva – és ezek megsértése általában komoly következményekkel jár.

VANNAK MÉG TABUK?

A meztelenség és az interszexuális öltözködés még mindig az; összezavarja az emberekben ösztönösen élő nemi hovatartozás kérdését. Amit valószínűleg azért erőltetünk ennyire, mert dominancián alapul; ezt megsérteni alapvető tabusértés.

LEHET MÉG IGAZÁN EGYEDINEK, EGYÉNISÉGNEK LENNI?

Az emberi lélekben két önellentmondó igény van: az elkülönülés és az egybeolvadás. Kiben-mi az erősebb? Önálló vagy konformista? A nyugati kultúra óriási vesszőparipája az egyediség, egyéniség. Szerintem nem kell kötelezően egyedinek lennünk. Lehetnénk inkább önazonosak.

WHAT ROLES DO YOU CONSIDER THESE TO BE IN 2017?

The 1920s Chanel age introduced the discussion of women's equality and now, almost 100 years later, it is making its return. Girl power; androgynous fashion; chick-lit; gay marriage; and no-nonsense neo-feminist and unisex statements are prevailing. Not long ago, I held a lecture where I called out the audience: Men! It is about time you wore skirts! Women have been wearing pants for almost a century! – I could hear the murmur, everyone was stunned. There is no doubt, certain clothes have pros and cons when it comes to embodying a certain kind of normative order of the sexes; there are sexual roles considered to be appropriate, and there are some that are not. A masculine attitude for a woman is increasingly accepted, whereas it is still considered unacceptable for a man to wear "subordinate" feminine clothing.

WHAT AFFECTS THESE TREND FORECASTS? IS IT BASED ON WHAT YOU SEE ON THE STREET OR IT IS ONLY MANIPULATION: WILL YOU WEAR WHAT YOU GET?

Nowadays, since streetwear blogs have become quite popular, designers are often inspired by what they come across on the streets. Due to constant linking and sharing on the Internet, whatever people want has power. In 2017, designers' preaching a certain dogmatic ideal is no longer typical, and this really defines the Zeitgeist. What do you want to show of yourself? Because the biggest platform of expression is our body! Both textuality theories and the science of the body are exploring this topic. Fashion is a text that you either "write" on your body, or it will be "written" on you by something else, power for instance. Since you cannot just walk naked everywhere, what you wear shows something of your personality, therefore it has a rather important role in what you are communicating to the world. This is also evolving, of course; what are the current taboos? What are our responsibilities given by our gender, body type and age? Break these and there will be severe consequences.

TABOOS STILL EXIST?

Nakedness and intersexual dressing are still off-limits. These confuse people that have an instinctive idea about gender roles – an idea strongly enforced, most probably because it is based on dominance; to violate these is to violate taboos.

CAN YOU STILL BE UNIQUE, INDIVIDUAL?

The human mind has two, contradictory needs. Individualism and collectivism. Which one is stronger? Are you a conformist or a nonconformist? Western culture banks upon uniqueness and individualism. But I don't think that you must be unique. You could be self-identical, instead!

„NEM HISZEK A STATEMENTTEK BEN, UTÁLOM A DIVATBAKIKAT, A DOS AND DON'TS-OKAT, A GENTLEMAN TÍZ ARANYSZABÁLYÁT”

“I DON'T BELIEVE IN STATEMENTS. I HATE FASHION MISTAKES, DO'S AND DON'TS, 10 GOLDEN RULES OF BEING A GENTLEMAN”

„NEM KELL
KÖTELEZŐEN
EGYEDINEK LENNÜNK.
LEHETNÉNK
INKÁBB
ÖNAZONOSAK!”

“I DON'T THINK
THAT YOU MUST BE
UNIQUE.
YOU COULD BE
SELF-IDENTICAL,
INSTEAD!”

AZ ÖNAZONOSSÁG SZERINTED NEM FORDULHAT OLYKOR
ÍZLÉSTELENSÉGBE?

Ízléstelen? Mi az? Mit jelent? Ízlése mindenkinek van; az ízlés maga választást jelent. Én a karaktereket szeretem. Előnytelen? Mihez képest? Mindezek a fogalmak valamilyen átlaghoz igazodnak. Minden nőnek homokóráknak kell lennie! Ha nem olyan az alakja, úgy kell korrigálni! Miért? Lehet, hogy valaki mondjuk nem azt szeretné kommunikálni, hogy csinos, hanem azt, hogy extrém. De stylistként ebben is alkalmazkodnom kell; ha olyanok jönnek, akik az átlagnak szeretnének megfelelni, az átlag férfinak kívánnak tetszeni, akkor úgy kell segítenem, hogy őt kielégítse az eredmény. Ha pedig modellel dolgozom, akkor is egy személyiséget hozok ki és üzenetet formálok a testen; csak akkor nem az adott személyét, hanem egy divattervezőét vagy épp divatlapét.

DE MAGADBAN NEM VAGY KRITIKUS?

Egyáltalán nem. Ha nem tetszik valami: nem érdekel. Nem érdekel és nem zavar, ha valaki nem úgy csinálja, ahogy én. Mindig megkérdezik, mit szólok az emberekhez az utcán. Nem szólok semmit. Nem érdekel, nem ez a szelete izgat a világnak. Az izgat, hogy megértsük egymást azzal, akivel épp kapcsolatban vagyok. Mivel színházzal, filmmel és jelmeztervezéssel is foglalkozom, nagyon szórakoztat a karakterológia. Miért sok valami? Mitől diszsonáns egy szett? Miért rakja ki, miért nem takarja el? Ez sem nem negatív, sem nem pozitív ítélet. És ezt a játékot szeretem leginkább a stylingolásban.

MIT GONDOLSZ, EBBEN A NAGY KAVALKÁDBAN MI KORUNK
DIVATJÁNAK ZEITGEISTJA?

Az önkifejezés. Sokan azt mondják, a jövő divatja egyfajta uniformizált falanszter sztori lesz; karaktermentes, praktikumra épülő szakfanderek és köpenyek. Én nagyon örülnék, ha nem ez lenne, hanem az elmúlt években indult önkifejezési hullám maradna tovább. Még akkor is, ha fals, ha kereskedelmi; akkor is, ha igazi, ha van létező magja: akárhogy, de én iszonyatosan örülnék, ha ez az önkifejezési játék, keresgélés, kísérletezgetés maradna a divat fő csapásvonala.

DON'T YOU THINK SELF-IDENTITY COULD SOMETIMES TURN INTO
TASTELESSNESS?

Tasteless? What is that? What does it mean? Everyone has a certain taste; taste means choices. I like strong personalities. Something is disadvantageous? Compared to what? All these concepts derive from certain norms: women must have an hourglass shape! If not, corrections have to be made! Why? Maybe they want to show their extremity, not their prettiness. However, as a stylist, I always have to adapt to the needs; if you want to please the average, or to be appreciated by average men, I will try my best to satisfy those needs. Or if I'm working with a model, I will also bring out a personality, create a message from their body. The only difference is that it is not the model's personality I bring out, but that of the designer or the fashion magazine.

SO, THERE IS NO CRITICISM DEEP INSIDE OF YOU?

Not at all. If I don't like something: I don't care. I don't care and I am not bothered if someone does things differently. They always ask what I think about people on the street. Well, I don't think anything. I don't care, this part of the world does not concern me. What concerns me is to understand those I am related to. As I work in theatres, movies and costume design as well, characterology excites me greatly. When is something too much? What makes a set dissonant? Why does someone flaunt it instead of covering it? This is neither a positive nor a negative judgement. This is the game that I like most in styling.

IN THE MESS OF OUR AGE, WHAT DO YOU THINK THE CURRENT
ZEITGEIST OF FASHION IS?

Self-expression. Many say fashion will become something uniform in the future; characterless capes and spacesuits made for practicality. I would be more than happy if this prediction turned out wrong and if the self-expressive wave that we are experiencing now continues. Even if it's false or commercial, or if it's real and has something deep meaning inside: I would be extremely glad if this game of self-expression, constant search and experimenting remains the dominant tendency in fashion.