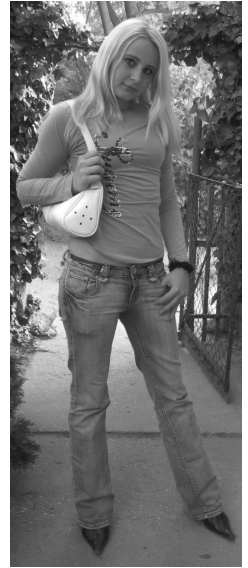


## A PLÁZÁSOK

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

*Kővári Júlia*



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

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

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

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

## A KAWAII

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



A kawaii (cuki) őshazájában, Japánban

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

## A magyar replika

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

## MANGÁK, ANIMÉK

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



Anime ►

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

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

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

## Nincs sikertörténet kritikák és támadások nélkül

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

## Amikor a nézőből alkotó lesz

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

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

18 Az anime szó az angol animation rövidítéséből ered.

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

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

## J-ZENE, JROCK, VISUAL-KEI

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

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

## A visual-kei hatása az öltözködéésre

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

## LOLITA

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

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

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

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

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

## Loliták magyar szemmel

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



## RENDEZVÉNYEK, TALÁLKOZÓK

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

Husztai Andrea