

Muzej - prostor promocije i prezentacije modnih opusa i trendova

Rogač, Ana

Master's thesis / Diplomski rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Textile Technology / Sveučilište u Zagrebu, Tekstilno-tehnološki fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:201:147041>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-10**



Repository / Repozitorij:

[Faculty of Textile Technology University of Zagreb - Digital Repository](#)



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

Sveučilište u Zagrebu
Tekstilno – tehnološki fakultet
Zavod za dizajn tekstila i odjeće

DIPLOMSKI RAD

Muzej – prostor promocije i prezentacije modnih opusa i trendova

Izv.prof.dr.sc. Katarina Nina Simončić

Ana Rogač

Zagreb, kolovoz, 2021.

University of Zagreb
Faculty of Textile Technology
Department of textile and clothing design

MASTER`S THESES

Museum - a space for promotion and presentation
fashion opuses and trends

Izv.prof.dr.sc. Katarina Nina Simončić

Ana Rogač

Zagreb, August, 2021.

PODACI O AUTORU

Ime i prezime: Ana Rogač

Datum i mjesto rođenja: 12.05.1995., Zagreb

Zavod za dizajn tekstila i odjeće

Studij: Tekstilni i modni dizajn

Modul: Teorija kulture i mode

Godina upisa: 2018./2019.

Lokalni matični broj studenta: 0117222909

PODACI O RADU

Naslov rada na hrvatskome jeziku: Muzej – prostor promocije i prezentacije
modnih opusa i trendova

Naslov rada na engleskome jeziku: Museum - a space for promotion and presentation
fashion opuses and trends

Broj stranica: 92

Broj priloga: 38

Broj slika: 33

Lektura; Hrvatski akademski *spelling checker* Hascheck (izvor: <https://ispravi.me>)

Datum predaje rada: 02.08.2021.

Datum obrane rada:

Broj ECTS bodova: 10

Ocjena:

Potpis članova povjerenstva:

1. Doc. dr. sc Tonči Valentić, predsjednik komisije
2. Izv. prof. dr. sc Ivana Salopek Čubrić, član komisije
3. Izv.prof.dr.sc. Katarina Nina Simončić, član komisije
4. Prof. dr. sc. Žarko Paić, zamjenik člana komisije

IZJAVA O AUTORSTVU DIPLOMSKOGA RADA

Ovim potvrđujem da sam osobno napisao/la diplomski rad pod naslovom

Muzej – prostor promocije i prezentacije modnih opusa i trendova

i da sam njegov/a autor/ica.

Svi dijelovi rada, podaci ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima (mrežni izvori, udžbenici, knjige, znanstveni, stručni članci i sl.) u radu su jasno označeni kao takvi te su navedeni u popisu literature.

(ime i prezime studenta)

Ana Rogáč



(potpis)

Zagreb, 02.08.2021.

Zahvaljujem se svojim roditeljima koji su me pratili kroz čitavo moje školovanje, usadiši mi važnost obrazovanja kao neprocjenjive vrijednosti. Bili su podrška u svakom smislu od prvog dana osnovne škole do posljednjeg dana studija i njima posvećujem ovaj diplomski rad.

Posebno se zahvaljujem i svojoj mentorici, izv. prof. dr. sc. Katarini Nini Simončič koja mi je već na prvoj godini studija prenijela ljubav prema modi kroz pisanu riječ, njezinu povijest i ulogu u društvu. Predano me vodila kroz čitav proces stvaranja ovog diplomskog rada i usmjeravala kako bi izvukla ono najbolje iz mene kao autora.

SAŽETAK

Diplomski rad je rađen iz pretežito opisnog dijela, dok se praktični dio odnosi na razgovore s modnim dizajnerima te kustosima muzeja koji su navedeni u poglavljima koji nas vode ka razradi i zaključku teme. Rad je koncipiran kroz pet poglavlja u kojima je izložen proces razvoja muzealizacije mode kao i uloga te funkcija muzeja u kulturnom društvu uz prilagodbe u odnosu na modu i suvremenu umjetnost. Neki od autora na koje će se referirati dio rada s fokusom na muzej bit će Andre Gob i Noemie Drouguet te djelo 'Muzeologija' (2007.), a ključna literatura od koje polazi ovaj rad je 'Encyclopedia of Clothing and Fashion', autorice Valerie Steele (2005.). Poglavlje 'Fashion museums and collections' pružit će se uvid u proces razvoja muzealizacije mode od prvih privatnih modnih zbirki kolekcionara, preko izlaganja povijesne odjeće u prostoru muzeja pa sve do komercijalizacije modnih izložbi kroz rad Diane Vreeland.

Cilj rada je kroz mnoštvo praktičnih primjera pokazati ulogu muzeja kao prostora promocije i prezentacije modnih opusa i trendova te dokazati kako unatoč brojnim kustosima koji ne odobravaju suradnje muzeja i modnih kuća, moda zaslužuje svoje mjesto u muzeju i jednako je vrijedna umjetnička grana kao i sva ostala umjetnička područja.

Ključne riječi: Moda, muzej, izložba, trend, modni opus, kustos.

ABSTRACT

This Master's Thesis is made up of a predominantly descriptive part, while the practical part refers to conversations with fashion designers and museum curators, which are listed in the chapters that lead us to the elaboration and conclusion of the topic. The work is conceived through five chapters in which the process of development of musealization of fashion is presented, as well as the role and function of museums in cultural society with adjustments in relation to fashion and contemporary art. Some of the authors to be referenced in the museum-focused work will be Andre Gob and Noemie Drouguet and the work 'Museology' (2007), and the key literature from which this work is based is 'Encyclopedia of Clothing and Fashion', by Valerie Steele (2005). The 'Fashion museums and collections' chapter will provide insight into the process of developing the musealisation of fashion from the first private fashion collections of collectors, through the display of historical clothing in the museum space to the commercialization of fashion exhibitions through the work of Diane Vreeland.

The aim of this paper is to show the role of the museum as a space for the promotion and presentation of fashion works and trends and to prove that despite the many curators who do not approve of cooperation between museums and fashion houses, fashion deserves its place in the museum and is as valuable an art branch as all others artistic areas.

Keywords: Fashion, museum, exhibition, trend, fashion opus, curator.

SADRŽAJ

1. UVOD.....	9
2. Povijesni razvoj modnih zbirki.....	13
3. Muzej mode nekada i danas.....	25
4. Komercijalne ili dokumentarne modne izložbe	44
5. Moda u muzejima Hrvatske.....	65
6. ZAKLJUČAK.....	85
LITERATURA.....	89

1.Uvod

Moda se do sredine dvadesetog stoljeća smatrala bezvrijednim, prolaznim i komercijalnim područjem, pretežito ženskog interesa i kao takvoj joj se nije pristupalo na multidisciplinarni način kao što je to slučaj danas. Pojam mode počeo se adekvatno analizirati kao sociološki, povijesni i društveno-kulturološki fenomen tek šezdesetih godina 20. stoljeća i tada moda zahvaća sva područja ljudskog djelovanja te mijenja način vrednovanja odjeće iz različitih povijesnih razdoblja. Počinju se kolekcionirati zbirke odjeće ne samo kako bi se prikazao tijek i proces promjena u dizajnu, načinu proizvodnje i kolektivnom ukusu već i kako bi se kronološki predočile društvene navike i običaji te rekonstruirala povijest s obzirom na način odijevanja ljudi.

Kako se desetljećima mijenjao i oblikovao stav i odnos prema modi, javljale su se i potrebe ne samo za istraživanjem mode već i za njezinim kolekcioniranjem te izlaganjem unutar muzejskih institucija. Kada je moda već uspjela 'pustiti svoje korijenje' u muzeju, razvijale su se različite kustoske prakse, mijenjale sakupljačke politike i pokrenule brojne debate o tome treba li moda u muzeju isključivo biti usmjerena ka nacionalnim i povijesnim modnim događanjima i dizajnerima koji su svojim projektima 'kazivali' o životu jednog naroda u nekom vremenskom okviru ili moda u muzeju može biti puka 'spektakularna zabava za šire mase'. Upravo će o svim ovim procesima promijene svijesti prema modi, njezinom ulasku u prostor muzeja te suodnosu mode i muzeja biti riječ u ovom diplomskom radu.

Tema 'Muzej – prostor promocije i prezentacije modnih opusa i trendova' bit će razrađena kroz nekoliko poglavlja unutar kojih će se predočiti sinergija muzeja i suvremene mode u aktualnom vremenu, proces ulaska ne povijesne odjeće u muzejsku instituciju te mogu li muzeji koji su u svojoj biti kulturne ustanove koje u sebi 'čuvaju povijest' i ostavštinu prošlih vremena, biti jedan od alata promocije dizajna koji još uvijek visoko kotira na tržištu ponude i potražnje i ne smatra se isključivo važnim segmentom u povijesnom kontekstu. Polazeći od hipoteze kako moda itekako zaslužuje biti jednako zastupljena u muzeju kao svi ostali umjetnički izrazi, u radu će se prikazati i mnogi dizajneri i modni *brandovi* koji su svojim radom utjecali na razvoj i poimanje mode kakvu poznajemo danas, išli u korak s vremenom oslušujući potrebe i želje kupaca (ili obrnuto, diktirali i na neki način nametali trendove). S obzirom na to da je unatoč uspjehu na globalnoj razini njihov status i uloga u muzejima veoma polemizirana, rad će se

također dotaknuti pitanja 'Je li suvremenoj modi mjesto u muzeju', a kako bi se došlo do odgovora na ova pitanja, nužno je osvrnuti se na rasprave vođene o pitanju mode dok je moda tek počinjala s probijanjem barijera u smislu sagledavanja i analiziranja iste kao grane umjetnosti.

Autorica od koje ovaj rad polazi je Valerie Steele te 'Encyclopedia of clothing and fashion' (2005.). Poglavljem 'Fashion museums and collections' pružen je uvid u proces razvoja muzealizacije mode od prvih privatnih modnih zbirki kolekcionara, preko izlaganja povijesne odjeće u prostoru muzeja pa sve do komercijalizacije modnih izložbi kroz rad Diane Vreeland. U navedenom poglavlju izložen je niz primjera muzeja koji su otpočetak dvadesetog stoljeća prigrlili praksu izlaganja mode u svojim redovima, a poseban je fokus usmjeren na Victoria&Albert Muzej gdje je već 1913. godine izložena moda osamnaestog stoljeća. U sedamdesetima započinje učestalije izlaganje visoke mode, a muzej je otvorio i galeriju kostima sa stalnom postavom kronološki uređenih povijesnih nošnji. 1994. godine je u muzeju održana i važna izložba 'Streetstyle: Od pločnika do modne piste' u kojoj je kustosica Amy de la Haye uspoređivala subkulturne stilove poput punka s visokom modom, dok je kustosica, Claire Wilcox, organizirala 'Fashion in Motion', mjesečni događaj koji publici predstavlja modne revije uživo.

Poglavlje 'Fashion museums and collections' nam je samo na primjeru Victoria&Albert Muzeja dalo jasan uvid u bogat modni fundus najpoznatijeg muzeja na svijetu te koliko muzej već čitavo stoljeće moda sadržajno upotpunjuje i obogaćuje, a tu su još i mnogi drugi primjeri tematskih modnih izložbi u muzejima diljem svijeta čiji su gradovi prijestolnice mode i kulture.

S obzirom na to da se razvoj muzealizacije mode pokrenuo tek početkom dvadesetog stoljeća i riječ je o još uvijek mladom području ljudskog interesa, razvila su se oprečna mišljenja struke te pokrenule brojne debate o statusu mode u prostoru muzeja, a na tu problematiku se fokusira tekst iz 1998. godine, pod naslovom »Doing the Laundry? A Reassessment of Object-based Dress History«, objavljen u časopisu Fashion Theory, autorice i povjesničarke odijevanja Lou Taylor. Ovaj tekst je poslužio kao jedan od ključnih literarnih izvora diplomskom radu jer je u njemu analizirana velika podjela u mišljenjima i praksama kustosa. Dok su jedni usmjereni na predmete, drugi na modu gledaju kao društveni, ekonomski, povijesni i kulturalni fenomen.

Još jedan ključan članak od kojeg polazi ovaj rad je 'A Museum of Fashion Is More Than a Clothes-Bag', autorice Valerie Steele, objavljen u 'Fashion Theory', 1998. god u kojem se autorica zalaže za povratak vrijednosti uloge predmeta kao ključnog izvora kod istraživanja

materijalne kulture napominjući kako se modne predmete treba tretirati kao kulturne dokaze, a ne pasivne estetske objekte.

Od tekstova objavljenih u okviru posljednjih desetak godina, diplomski se rad referirao na članak 'Is Fashion art?', autorice Sung Bok Kim, objavljenog u New York Timesu 2010. god. U ovom tekstu je vrlo sistematično izložen problem komercijalizacije muzejskih izložbi te naveden niz suradnji mode i muzeja koje su se pokazale uspješnima za oba dionika.

Kako je muzealizacija mode u osamdesetim godinama dvadesetog stoljeća postala područje sve većeg interesa znanstvene i stručne zajednice, ni područje Hrvatske nije zaobišla praksa izlaganja mode u prostoru muzeja. Ipak, za razliku od ostatka svijeta, teorijske i izložbene aktivnosti na ovom prostoru nisu zahvaćene istim intenzitetom preispitivanja područja muzealizacije mode. Za pitanja sustavnoga istraživanja uloge modne muzealizacije tijekom povijesti na ovim prostorima rad se referirao na Zbornik objavljen 2020. god 'Muzealizacija mode - počeci i izazovi na prostoru Slovenije, Hrvatske i Srbije' više autora i urednice Katarine Nine Simončič. Zbornik je uvelike doprinio radu prezentirajući razvoj muzealizacije mode u Hrvatskoj te ukazujući na nedovoljan broj suradnji u usporedbi sa svjetskim metropolama. Također, ukazan je i potencijalni razvoj znanstvenog diskursa s intencijom povezivanja međunarodne suradnje mode i muzeja.

Uz navedenu i dodatnu literaturu te konkretne primjere koji podrazumijevaju brojne tematske muzeje širom svijeta posvećene živućim dizajnerima i modnim kućama koje su dio pop kulture, cilj rada je obrana hipoteze kako je moda jednakovrijedna grana umjetnosti kao sve ostale umjetničke forme i unatoč svojoj komercijalizaciji zaslužuje biti dio muzeja.

Kako u samom naslovu stoji pitanje koja je uloga muzeja u promociji modnih trendova i modnih kuća, u radu će se izložiti osvrt na muzeje i modne kolekcije koje su realizirale suradnju te ju predstavile publici. Publika u ovom konceptu prestaje biti pasivan objekt u ulozi 'promatrača' te postaje 'aktivan kupac' (ako se nakon odgledane muzejske izložbe suvremenog dizajnera odluči za kupovinu odjavnog predmeta usko povezanog s izložbenom kolekcijom). Osim detaljno razrađenog problema o ulozi muzeja i modnog trenda unutar njihove suradnje, cilj ovog rada također je i pokazati kako je modi uistinu mjesto u muzeju i muzej ne gubi svoju prvotnu ulogu time što postaje instrument u promociji nečeg aktualnog i usko povezanog s 'društvom spektakla'.

Motivacija za razradom upravo ove teme proizašla je iz posjeta modnoj izložbi 'Envy rooma' pod nazivom "Posveta ženstvenosti" u Muzeju za umjetnost i obrt u Zagrebu. Kako je to bio

prvi događaj u kojem sam imala priliku biti dio glamuroznog otvaranja, te svjedočiti kako su se objekti izlaganja na neki način komercijalizirali, a izložba se organizirala po smjernicama i obilježjima 'show eventa', zaintrigiralo me pitanje financijske profitabilnosti od čitavog tog događaja za oba sudionika. Daljnjim istraživanjem, došla sam do novih saznanja o tome kako je velik broj kustosa mišljenja da je moda previše 'komercijalna grana' da bi bila dio muzejske ustanove, a s namjerom dokazivanja da tome nije tako, odlučila sam napisati rad koji bi dao uvid u valoriziranje mode na adekvatan način, vodeći se spoznajama o njezinom utjecaju na povijest i društvo, ali i ulozi koju ima danas, u svakodnevnom životu svakog od nas.

2. Povijesni razvoj modnih zbirki

Povijesni razvoj modnih zbirki i kolekcioniranja odjeće započinje pojedincima koji su odjeću počeli prikupljati iz vlastite zadovoljštine, a s vremenom su te zbirke postajale dio muzejskih institucija.

Već u osamnaestom stoljeću, madame Tussaud iz muzeja voštanih figura, sakupljala je te izlagala odjeću poznatih osoba.¹ Danas širok spektar muzeja sakuplja odjeću i tekstil, uključujući antropološke i etnološke muzeje, povijesne muzeje, umjetničke muzeje, dizajnerske muzeje i specijalizirane muzeje mode i tekstila.

U tekstu 'The object of fashion: methodological approaches to the history of fashion' povjesničar Giorgio Riello ukazuje na dva različita aspekta mode: onog materijalnog u obliku predmeta te onog nematerijalnog u obliku ideja objašnjavajući kako modi možemo pristupiti iz pravca povijesti odijevanja s jedne strane te iz pravca teorije mode. Još jedan pogled na modu bio bi onaj iz perspektive materijalne kulture koja iza sebe ostavlja mnoštvo materijalnih dokaza i 'opipljivih' tragova.

Prema sociologu Richardu Sennettu, <<predmeti su neka vrsta povijesnog svjedočanstva te u tom smislu pripadaju prošlosti koju želimo razumjeti ali istodobno i sadašnjosti u kojoj živimo i aktualno tumačimo odabrani predmet>>.²

Dodamo li navedenim definicijama i onu povjesničara umjetnosti Ive Maroevića koji muzealizaciju opisuje kao <<dinamičan proces koji ne prestaje činom prijenosa predmeta iz konteksta u kontekst, već će širiti domete tumačenja predmetnog. U muzeju predmeti funkcioniraju kao dokumenti vremena u kojem su nastali te na sebe preuzimaju društveno i kulturno značenje. U toj novoj sredini predmeti su smješteni kako bi iskazivali svoje vrijednosti i komunicirali ih onima koji imaju potrebu da u materijalnom svijetu koji ih okružuje otkriju i dožive one vrijednosti po kojima su takvi predmeti dokumenti sredine u kojoj su živjeli te svjedoci ljudskih i društvenih zbivanja u kojima su sudjelovali>>³ mogli bismo se naći na tragu

¹ Steele, V., Encyclopedia of clothing and fashion. Fashion museums and collections, Charles Scribners & Sons, New York, 2005:60.

² Riello, G., The object of fashion: methodological approaches to the history of fashion, Journal of Aesthetics & Culture, 2011: 7 ([posjećeno 20.04.2021.](#))

³ Maroević, I., Iz muzejske teorije i prakse, Razine muzealizacije vezane uz kulturnu baštinu, Filozofski fakultet, Odsjek za informacijske znanosti, Katedra za muzeologiju, Zagreb, 2005. ([posjećeno 14.04.2021.](#))

spoznaje kako moda kao ogledalo vremena u obliku opipljivog predmeta može biti povijesno relevantna.

Pristupimo li modi isključivo iz njezinog materijalnog aspekta, već samim tim bi mogla biti dio muzeja, a tu su još i njezini povijesni, društveni i sociološki čimbenici.

Ipak, unatoč pristupanju odjevnim predmetima kao dijelovima materijalne kulture, unutar područja povijesti i teorije mode su se razvila podijeljena mišljenja i polemike o tome je li modi mjesto u muzeju.

1998. godine objavljen je tekst pod naslovom »Doing the Laundry? A Reassessment of Object-based Dress History« u časopisu Fashion Theory, autorice i povjesničarke odijevanja Lou Taylor. U tekstu je upravo prikazana velika podjela u mišljenjima i praksama kustosa. Dok su jedni usmjereni na predmete, drugi na modu gledaju kao društveni, ekonomski, povijesni i kulturalni fenomen.

Autorica Valerie Steele, povjesničarka umjetnosti, kustosica i direktorica Muzeja na modnom institutu u New Yorku u tekstu 'A Museum of Fashion Is More Than a Clothes-Bag' <<zalaže se za revalorizaciju uloge predmeta kao primarnog izvora kada se istražuje materijalna kultura te napominje kako se predmete treba tretirati kao kulturne dokaze, a ne pasivno kao ilustracije.>>⁴

U tekstu također objašnjava kako se predmetima pristupa kroz nekoliko faza i to deskripciju, dedukciju i spekulaciju. Dedukcija podrazumijeva <<interpretaciju interakcije između predmeta i korisnika, a spekulacija formiranje hipoteza i pitanja koja vode ka kontekstualiziranju pojave i egzistencije dotičnog predmeta. Postoji i još jedan model koji podrazumijeva faze identifikacije, evaluacije i kulturne analize.>>⁵

Postoji i nekoliko načina na koje je moda izložena i interpretirana unutar muzeja. Neki muzeji posjeduju stalne postavbe s pretežito povijesno relevantnim zbirkama tekstila i odjeće. Najpoznatiji takvi muzeji, ali i oni s najdužom povijesti svakako bi bili Victoria & Albert Museum u Londonu te Metropolitan Museum u New Yorku. Tek drugom polovicom dvadesetog stoljeća nastaju muzeji sadržajno isključivo posvećeni modi, odijevanju i tekstilu.

⁴Steele, V., Fashion Theory: A Museum of Fashion Is More Than a Clothes-Bag, Berg, United Kingdom, 1998:327-336.

⁵Steele, V., Fashion Theory: A Museum of Fashion Is More Than a Clothes-Bag, Berg, United Kingdom, 1998:327-336.

Takvi muzeji bi bili Musée des Arts de la Mode et du Textile u Parizu, FIT Museum u New Yorku, Mode Museum (MOMU, Antwerpen) i Costume Institute u Kyotu.

Treća kategorija bi bili muzeji moderne i suvremene umjetnosti čija je praksa suradnje s gostujućim izložbama vezanim uz modu.

<<Uz muzeje, i manje nezavisne galerije (primjerice, galerija Judith Clark u Londonu) mogu biti poticaj za dizajnere da u takvim prostorima izlože svoje odjevne predmete na jedan drugačiji način. Izlaganje mode u galeriji ima alternativan predznak jer se ne postavljaju grandiozne izložbe već one koje problematiziraju neki društveni fenomen ili su posvećene dizajnerima koji njeguju umjetnički pristup modi.>>⁶



Slika 1: Victoria&Albert Museum u Londonu, 2015. (izvor: [posjećeno 20.05.2021.](#))

⁶Vene, L., Teorija i kultura mode, Muzealizacija mode: Između kulturne i komercijalne proizvodnje, SVEUČILIŠTE U ZAGREBU TEKSTILNO-TEHNOLOŠKI FAKULTET, Zagreb, 2018:163-180.



Slika 2: Metropolitan Museum u New Yorku, 2018. (izvor: [posjećeno 20.05.2021.](#))



Slika 3: Musée des Arts de la Mode et du Textile u Parizu, 2017. (izvor: [posjećeno 20.05.2021.](#))



Slika 4: Mode Museum (MOMU, Antwerpen), 2016. (izvor: [posjećeno 20.05.2021.](#))

Kako se uopće razvila praksa izlaganja mode i tekstila u prostorima muzeja objašnjava Marie Riegels Melchior. Ona je jedna od urednica zbornika ‘Fashion and Museums — Theory and Practice’.

Praksa se razvila kroz nekoliko perioda i to počevši od tridesetih godina prošlog stoljeća. U predratnom periodu se javio interes za prikupljanjem odjevnih predmeta i tada je zanimanje bilo usmjereno prema točno određenim odjevnim predmetima kako bi se uspostavila disciplina povijesti odijevanja. Nešto kasnije razvijaju se inovacije u načinu izlaganja mode, a najveći doprinos tome dala je Diana Vreeland, francusko-američka kolumnistica i urednica u području mode. Radila je za modne časopise Harper's Bazaar i Vogue, bila je glavna urednica navedenih časopisa te savjetnica u Institutu za kostime Metropolitanskog muzeja umjetnosti.

<<Prijašnja iskustva u radu s modnim časopisima i modnim revijama Vreeland je prevela u muzejski kontekst gdje se sada velik naglasak stavlja na tzv. front stage i stvaranje vizualne impresije te aktivno angažiranje šireg profila publike. >>⁷

⁷Vene, L., Teorija i kultura mode, Muzealizacija mode: Između kulturne i komercijalne proizvodnje, SVEUČILIŠTE U ZAGREBU TEKSTILNO-TEHNOLOŠKI FAKULTET, Zagreb, 2018:163-180.



Slika 5:Diana Vreeland, 1953. (izvor: [posjećeno 20.05.2021.](#))

Kroz projekte Valerie Steel kreiraju se nove prakse kuriranja modnih izložbi i na koncu dvadesetog stoljeća sve se više populariziraju izložbe slavnih modnih dizajnera, a takve modne izložbe postaju itekako uspješna marketinška taktika u privlačenju mnogobrojne publike te pažnje medija. Također, Steel je kao kustosica i autorica mnogih tekstova u svojim radovima iznosila problematiku kritičkog pogleda na postavljanje modnih izložbi unutar muzejske institucije.



Slika 6: Valerie Steele, 2003. (izvor: [posjećeno 20.05.2021.](#))

Kao što je već navedeno na početku ulomka, <<prvi primjeri izlaganja i kolekcioniranja odjevnih predmeta javljaju se prije drugog svjetskog rata. Tada je bila riječ o artefaktima i tekstilnim predmetima iz 17. i 18. st. i bili su dio nečije privatne zbirke.>>⁸

Prvom povijesno relevantnom izložbom smatra se izlaganje privatne zbirke odjevnih predmeta u Parizu 1900. godine, koja je bila dio Svjetske izložbe u Palais du Costume-u.

U početku su zapravo sve izložbe nastajale iz privatnog vlasništva strastvenih kolekcionara, a specijalizirani modni muzeji nisu ni postojali sve do druge polovice dvadesetog stoljeća.

Također, u prvoj polovici 20. stoljeća izlaganje odjevnih predmeta gotovo uvijek se odnosilo na kronološki pregled odijevanja žena visoke klase.

Kako se kroz povijest mijenjala kultura odijevanja, status mode u društvu te uloga muzeja tako su se mijenjale i kustoske prakse, principi kuriranja izložbi te uvjeti prikupljanja odjevnih predmeta. Sredinom dvadesetog stoljeća kustoske prakse usmjeravaju se ka prikupljanju europske odjeće kako bi izložbe mogle pružiti posjetiteljima svojevrsnu retrospektivu povijesti, a moda i odijevanje postaju sve važnija područja istraživanja.

⁸Steele, V., Fashion Theory: vol 12: Museum Quality: The Rise of the Fashion Exhibition, Berg, United Kingdom, 2008:7-30.

Od važnijih kustosica tog vremena izdvojimo Natalie Rothstein i Doris Langley Moore. <<Natalie Rothstein je bila kustosica Victoria & Albert Muzeja dok je povjesničarka Doris Langley Moore 1963. godine osnovala Muzej kostima u Bathu >> Muzej je nastao iz privatne kolekcije Doris Langley Moore fokusirajući se na <<moderan način odijevanja muškaraca, žena i djece od kraja 16. stoljeća do danas, a u svojoj zbirci danas ima više od 100.000 predmeta>>. ⁹

Posebno popularne retrospektivne modne izložbe postaju kroz rad već spomenute Diane Vreeland iz Costume Institutea u New Yorku. U svojim je izložbama Vreeland težila 'spektaklu', zabavi za širu publiku s ciljem privlačenja pozornosti medija te sponzora.

Moglo bi se reći kako joj je 'show' i estetski zapanjujući prikaz izložbe bio važniji od povijesne dosljednosti prilikom izlaganja odjevnih predmeta.

Valerie Steele takav pristup povijesti odijevanja smatra <<zanemarivanjem vrijednosti i značenja koje su ti predmeti imali u periodu u kojem su nastali>>. ¹⁰

<<Upravo je ona ustoličila retrospektivne izložbe koje grandiozno slave individualnog dizajnera i prvi puta u povijesti je uspostavila tretman dizajnera ekvivalentan umjetniku. Njezine osnovne postavke i danas su formula za većinu velikih retrospektiva: glamur i celebrity kultura ispred povijesne valorizacije.>> ¹¹

Ono zbog čega se vode brojne rasprave i izlažu oprečna stajališta kustosa su postavljanje modnih izložbi, bilo retrospektivnih ili tematskih koje su posvećene jednom dizajneru. Prvotni problem predstavljaju financije i sponzoriranje izložbi, a iste se najčešće koriste kao samopromocija i reklama dizajneru čiji se rad i kolekcije izlažu u prostoru muzeja. Primjerice, izložba modne kuće Armani, održana 2000.godine u muzeju Guggenheim u New Yorku bila je financirana ne samo od strane same modne kuće već i od sponzorskih donacija zbog čega je bila uvelike kritizirana u smislu da je muzejska izložba pretvorena u modni butik.

⁹Natioanl Portrait Gallery, izvor: [posjećeno 11.02.2021.](#)

¹⁰Steele, V., Fashion Theory: vol 12: Museum Quality: The Rise of the Fashion Exhibition, Berg, United Kingdom, 2008:11.

¹¹Vene, L., Teorija i kultura mode. Discipline, pristupi, interpretacije, ur. Krešimir Purgar, Žarko Paić., Muzealizacija mode, između kulturne i komercijalne proizvodnje, Tekstilno-tehnološki fakultet, Zagreb, 2018: 163–181.

<<Ako se postavlja retrospektivna izložba neke modne kuće koja djeluje kroz dugi niz godina, teško je odrediti omjer odjeće iz različitih vremenskih perioda>>. ¹²

Unatoč uspješnosti retrospektivnih izložbi i prihvaćanju kod publike, u modnim se krugovima te među kustosima još uvijek diskutira o načinima i razlozima postavljanja takvih izložbi. Upitno je jesu li uspjeh na tržištu nekog dizajnera i zavidan kapital dovoljni razlozi kako bi se nekome omogućilo izlaganje u Muzeju kao kulturnoj instituciji.

Ranije je naveden pojam retrospektivnih izložbi, a uz njih postoje i tematske izložbe koje modi pristupaju na pomalo znanstven način, uzimajući u obzir sve povijesne i društveno-kulturološke segmente mode.

Proces stvaranja tematskih izložbi mnogo je složeniji, zahtjeva temeljnu analizu odjevnih eksponata, višegodišnje istraživanje, uključenost većeg broja stručnih djelatnika u projekt i financiranje je mnogo kompleksnije. Kao primjer uspješne tematske izložbe bi se mogla navesti <<izložba Street- style: from sidewalk to catwalk postavljena 1994. godine u Muzeju Victorije i Alberta u Londonu. Ta se izložba temelji na knjizi Dicka Hebdigea, Subculture: The Meaning of style. >> ¹³

Većina odjevnih predmeta na izložbi je autentična, a pripadala je članovima subkulturnih skupina.

¹²Steele, V., Fashion Theory: vol 12: Museum Quality: The Rise of the Fashion Exhibition, Berg, United Kingdom, 2008:17.

¹³Vene, L., Teorija i kultura mode. Discipline, pristupi, interpretacije, ur. Krešimir Purgar, Žarko Paić., Muzealizacija mode, između kulturne i komercijalne proizvodnje, Tekstilno-tehnološki fakultet, Zagreb, 2018: 163–181.



Slika 7: Kreacije Jean Paul Gaultiera

Naziv izložbe: *From the Sidewalk to the Catwalk*

Kustos: *Thierry-Maxime Lorient*

Termin izlaganja: 18.09.-14.02.2016.

Naziv muzeja: Galerija umjetnosti Münchena

Grad: *München*

Zemlja: Njemačka

Izvor: [posjećeno 28.02.2021.](#)

Dakle, početak dvadesetog stoljeća označio je i početak razvoja muzealizacije mode. Geografskom sistematizacijom bismo razvoj muzealizacije mode mogli usredotočiti na pet modnih središta. U Parizu, koji slovi za međunarodnu prijestolnicu mode, postoje dva važna modna muzeja: 'Musée de la Mode et du Costume' u Palais Galliéri i 'Musée de la Mode et du Textile', koji je povezan s Louvreom. Osnovani su 1920-ih te financirani od strane grada i države.

Muzej u Galliéri danas posjeduje bogatu kolekciju povijesnih haljina, dok je Louvre obogaćeniji suvremenom modom. Louvre također posjeduje, ali nije vlasnik zbirki 'Union

Française des Arts du Costume-a'. Među najposjećenijim izložbama Galijere bila je 'Paris Années Trentes' (1987. god) pokojnog Guillaumea Garniera. Louvre je kroz raniju povijest bio i domaćin brojnih inovativnih suvremenih izložbi poput Lumièrea iz 2018. god, kustosice Pamele Golbin. U Parizu je također smješten vlastiti muzej dizajnera Yves Saint Laurent-a.

U Velikoj Britaniji najvažnija modna zbirka pripada londonskom muzeju Victoria & Albert, jednom od najvažnijih svjetskih muzeja primijenjene umjetnosti.

2002. godine, modna i tekstilna dizajnerica Zandra Rhodes otvorila je Muzej mode i tekstila u Londonu, a valja spomenuti i galeriju Judith Clark koja je u svojim prostorima publici također predstavila brojne suvremene i inovativne modne izložbe. U Velikoj Britaniji postoji niz modnih muzeja koje su osnovali pojedinačni kolekcionari. Na primjer, C. Willett Cunnington stvorila je Galeriju engleske nošnje u Manchesteru, a Doris Langley Moore Muzej kostima u Bathu.

Premda je prijestolnica mode i kulture, Italija donedavno nije posjedovala modne muzeje u punoj mjeri, iako Galleria del Costume u Palazzo Pitti (Firenca) ima značajnu kolekciju i priređuje brojne modne izložbe na godišnjoj razini. Ipak, u Italiji postoji i niz privatnih kolekcija, poput one Enrica Quinta u Rimu. Također, mnogi modni dizajneri posjeduju svoje privatne modne arhive.

U Sjedinjenim Državama mnogi muzeji umjetnosti imaju važne zbirke kostima. Najpoznatiji je već spomenut institut Metropolitan Museum of Art u New Yorku.

Diana Vreeland je organizirala više od desetak izložbi s temama poput 'Žena iz 18. stoljeća' (1981.god), 'Romantičan i glamurozan Hollywoodski dizajn' (1974. god), 'Yves Saint Laurent' (1983. god) i mnoge druge. Iako su njezine izložbe najčešće bile podvrgnute kritikama na osnovu komercijalizma i povijesne netočnosti, izložbe Diane Vreeland bile su izrazito glamurozne te se uspjele oduprijeti auri antikvarijata koja je ranije bdjela nad većinom modnih izložbi.

Muzej tehnološkog instituta mode jedini je muzej u New Yorku posvećen prvenstveno i isključivo modi. Posjeduje oko 50 000 primjeraka odjeće i modnih dodataka, s najvećim naglaskom na modernu i suvremenu modu. Valja izdvojiti izložbu 'Moda i nadrealizam' iz 1987. god kao jednu od najposjećenijih izložbi od osnutka muzeja.

Kada je 1997. god Valerie Steele postala je glavna kustosica muzeja, organizirane su brojne uspješne izložbe poput '<<'The corset: Fashioning The Body' (2000. god), 'Femme Fatale:

Fashion and Visual Culture in Fin-de-Siècle France' (2002. god) i 'London Fashion' (2001. god)>> (izvor Valerie Steele). Njezin je rad prepoznalo i Američko kostimografsko društvo te joj dodijelilo prvu nagradu 'Richard Martin', nazvanoj prema prerano preminulom kustosu i vizionaru.

Muzej umjetnosti u Brooklynu također ima impresivne modne funduse i organizirao je brojne izložbe, poput one dizajnera Charlesa Jamesa iz 1982. godine. Gradski muzej New Yorka ima još jednu važnu zbirku koja se fokusira na odjeću izrađenu i nošenu na području metropole. Naglasak te zbirke stavljen je na zlatno doba gradske mode te kazališne kostime. Ostali sjevernoamerički muzeji s važnim modnim kolekcijama uključuju Bostonski muzej likovnih umjetnosti, umjetnički muzej u Los Angelesu i Royal Ontario muzej.

Na drugom kraju Planete, u zemlji izlazećeg Sunca nalazi se 'Kyoto Institute of Costume'. Riječ je o japanskom privatnom muzeju koji je osnovala tvrtka Wacoal, specijalizirana za proizvodnju konfekcijske odjeće. Glavni kustos, Akiko Fukai, organizirao je niz važnih izložbi, uključujući 'Japanese Fashion' (1994. god), koja je gostovala u muzejima širom svijeta.

Od prvih modnih zbirki, čiji je interes bio usmjeren prema povijesnoj odjeći i modnim artefaktima i koje su pretežito bile u vlasništvu individualnih kolekcionara, razvoj discipline muzealizacije mode polazi od predmeta kao simbola stilskog razdoblja, pa sve do predmeta kao memorijskog zapisa društvene ali i pojedinačne povijesti. Otkako je civilizacije, odjevni predmeti su dio vremena i društva i kao takvi su se s vremenom uspjeli provući u redove muzeja kao povijesno relevantni artefakti. Velik broj modnih zbirki te tematskih modnih muzeja, navedenih u ovom poglavlju potkrepljuju tezu o važnosti izlaganja mode u prostoru muzeja.

3. Muzeji mode nekada i danas

Prije svega, definirajmo pojam muzeja. Muzej je ustanova namijenjena pohrani, čuvanju i proučavanju različitih predmeta koji posjeduju određenu umjetničku ili povijesnu vrijednost. Muzeje dijelimo prema vrsti predmeta koji se u njemu čuvaju i prema tome razlikujemo gradske, područne, opće, prirodoslovne, povijesne, etnografske, umjetničke, tehničke, znanstvene, filmske muzeje.

Riječ 'muzej' dolazi od grčke riječi Μῦσεῖον koja označava "kuću muza", a kao institucija se prvi puta javlja u helenističkom razdoblju i to u egipatskoj Aleksandriji. Prema zapisima iz 3. st. pr. Kr., tada je izgrađena biblioteka sa znanstvenom ustanovom Muzejom, a dao ju je izgraditi egipatski vladar Ptolemej I.

Novoizgrađena knjižnica nije bila otvorena za javnost već namijenjena isključivo studentima i znanstvenicima. U njoj su prikupljeni mnogobrojni rukopisi, papirusi i razni natpisi sa svih strana svijeta. Postoje i svjedočanstva brojnih putnika o tome kako su im u Egiptu oduzimani svi rukopisi koji su se potom prepisivali te vraćali vlasnicima. <<Na taj način stvorena je golema zbirka podataka o antičkom svijetu s oko 200.000 rukopisa.>>¹⁴ U tim su rukopisima i zbirkama dokumenata bili zastupljeni gotovo svi poznati jezici poput grčkog, latinskog, aramejskog, hebrejskog, jezika naroda Mezopotamije, perzijskog, arapskog, pa i indijskog. U muzejima su se od samih početaka proučavala sva područja ljudskog znanja i interesa. Istraživala se biologija, medicina, matematika, astronomija, filologija, geografija, povijest itd. S godinama se sadržaj proširivao, sukladno s vremenom i tehnološkim napretkom tako da danas postoji uistinu velik broj muzeja s obzirom na sadržaj.

Svojim su djelovanjem u okviru muzeja važan trag ostavila brojna znanstvena imena antičkog svijeta. Ipak, nakon godina stvaranja i naglog razvitka, instituciju muzeja su pogodila uzastopna razdoblja propadanja, rušenja i razaranja. Srećom, ponovni procvat doživljava tijekom renesanse kada nastaje velika zbirka umjetnina koju je u Firenci sakupio njen vladar Lorenzo de Medici. Rani novi vijek donosi pojedine promjene u poimanju muzeja pa su se tako pod pojmom muzeja podrazumijevale privatne zbirke kolekcionara. Tek krajem 17. st. u Engleskoj se javlja prva ustanova u kojoj su se čuvale razne zbirke i kolekcije, a 1677. godine

¹⁴Tomorad, M., Povijest muzeja, ožujak 2014. , ([posjećeno: 04.12.2020.](#))

profesor Elias Ashmole sa Sveučilištu u Oxfordu osniva prvu muzejsku ustanovu modernog doba pod nazivom Ashmolean muzej. Izvornog naziva 'Ashmolean museum' otvoren je 1683. god. Nakon toga, u razdoblju 18. st. <<osnovani su i brojni drugi muzeji diljem svijeta poput Britanskog muzeja u Londonu, otvorenog 1759. god., Vatikanskog muzeja u Rimu (1734. god), muzeja Prado u Madridu (1785.), Louvrea u Parizu (1793.).>>¹⁵

Što se tiče našeg podneblja, najstarija muzejska ustanova u Hrvatskoj je Arheološki muzej u Splitu osnovan 1820. godine., dok je uloga najstarije središnje institucije u Hrvatskoj pripala Narodnom muzeju u Zagrebu. Kasnije su se bogati objedinjeni odjeli raščlanili na zasebna područja što je dovelo do nastanka Hrvatskog prirodoslovnog muzeja, Hrvatskog povijesnog muzeja, Arheološkog muzeja i Etnografskog muzeja. U zasebne su se institucije ovi muzeji odvojili tek prvom polovicom 20. st. Muzej koji će za kontekst ovog diplomskog rada imati najvažniju ulogu upravo je Muzej za umjetnost i obrt. Upravo je tamo postavljena modna izložba modne kuće eNvy room koja je uz prizvuk komercijaliziranog, medijski popraćenog događaja izazvala polemike i u našim muzejskim krugovima uz popratno pitanje 'Je li modi uopće mjesto u muzeju?' Pogotovo onoj modi koja je još uvijek aktualna i koja je još uvijek 'u struji' nekog modnog trenda.

<<Prema muzeološkoj definiciji izložba je prezentativni oblik komunikacije kojim predmeti prenose poruke javnosti te time krajnji korisnik—posjetitelj izložbe, postaje dijelom povijesti, značenja, vrijednosti i spoznaja koje određeni predmeti nose. Prvotno privatno značenje sada zamjenjuje javno u kojem odjeća postaje simbolom prošlosti koji posjetitelja istovremeno povezuje s vlastitom i s prošlošću vlasnika predmeta.>>¹⁶

Kako se s godinama razvijao muzej kao institucija, tako se razvila i muzeologija kao nova znanstvena disciplina. Muzeologija je dakle disciplina koja proučava muzeje. <<U drugoj četvrtini 20. stoljeća pojavljuju se prva proučavanja muzeja, njegove funkcije i načina kako ga pojmiti. Riječ muzeologija ponekad se koristila u značenju izlaganja umjetnina i tek je otnedavno poprimila današnje značenje.>>¹⁷

¹⁵Tomorad, M., Povijest muzeja, ožujak 2014. , ([posjećeno: 04.12.2020.](#))

¹⁶Simončić, K. N., Muzealizacija mode – počeci i izazovi na prostoru Slovenije, Hrvatske i Srbije, Sveučilište u Zagrebu Tekstilno-tehnološki fakultet, Zagreb, 2020:25.

¹⁷Gob, A., Drouguet, N, Muzeologija : povijest, razvitak, izazovi današnjice, Izdanja Antibarbarus, Zagreb, 2007:15.

O prvim dinamičnim promjenama u muzejskom svijetu u svojim je zapisima svjedočio Ivo Maroević, povjesničar umjetnosti. S jedne strane se odvijao sve dinamičniji razvitak klasičnih europskih muzeja koji šire svoj utjecaj diljem svijeta, a s druge strane su se razvijali novi muzejski pokreti u razvijenijim dijelovima svijeta. Klasično europsko poimanje muzeja s vremenom se suočavalo sa sve većim promjenama, a posebno prema kriterijima sakupljanja muzejske građe. <<Dolazi do mnoštva pokreta koji se okreću baštini, te se počinje razmišljati u pravcu nove znanosti o baštini u kojoj je ključno združiti interes za kulturnu baštinu čovječanstva. U takvom okviru uloga muzeja unutar muzejskih načina razmišljanja u prezentaciji cjelokupnoga kulturnog nasljeđa, postaje sve prisutnijom. >>¹⁸

Sva ova razmišljanja te promjene perspektive u poimanju muzeja ukazivale su na to da je muzejski svijet prerastao uvriježene norme unutar muzejske zgrade. Muzeji s vremenom prestaju biti središte posjećivanja i oni postaju središta zbivanja na čijoj se sceni odvijaju razni procesi i manifestacije, modne revije, umjetnički performansi i sl.

<<Muzeji su s razvojem društva i tehnološkim napretkom počeli prerastati u svojevrstne kulturne centre, tako da je vodeća ideja 19. stoljeća da je muzej mjesto izlaganja i sakupljanja vrijednih stvari, izmijenjena do te mjere da se počelo govoriti o sakupljanju i izlaganju ideja, bez obzira na to hoće li posrednici biti kopije ili izvorni predmeti.>>¹⁹

Muzej nudi širok spektar mogućnosti za izlaganje bez obzira je li riječ o simbolu nekog prošlog vremena ili estetski zanimljivom predmetu koji je dio suvremene kulture.

Muzeologija je od samog nastanka do danas doživjela strelovit razvoj kao specifična znanstvena disciplina. Ona je s jedne strane temeljna znanstvena disciplina, a s druge informacijska znanost. S obzirom na to da predmeti služe interpretiranju ideje, upravo su oni nosioci informacija između muzeja i posjetitelja.

Promjene koje su se odvijale unutar muzeja, na neki je način fiksirala Generalna konferencija ICOM-a u Haagu 1989. pod nazivom »Muzeji generatori kulture« .

<<Kako su se događale promijene unutar muzeja, tako se i od kustosa očekivalo da promijene perspektivu do razine shvaćanja ideje muzeja i muzejskih potreba te filozofije funkcioniranja

¹⁸Dumbović Bilušić, B, Kulturna baština u Hrvatskoj pred novim izazovima, Kvartal, veljača, 2013. ([posjećeno: 12.03.2020.](#))

¹⁹Maroević, I., Promjene u muzejima i potrebe za obrazovanjem, 1990. ([posjećeno: 12.03.2020.](#))

muzeja kao medija. Upravo je nova perspektiva pokrenula misaone procese koji pridonose razvitku muzeologije kao znanstvene discipline, bez obzira na muzejsku instituciju. >>²⁰

U opisu posla kustosa više nije bilo samo registriranje predmeta, postavljanje ili organiziranje izložaba ili konzerviranje muzejskih predmeta. Od kustosa se s razvojem suvremenog pristupa muzeju <<očekivala i određena količina fleksibilnosti te prilagodbe strujama koje sa sobom nosi suvremeno društvo, a ne mora biti u skladu s onim što je muzej u svojoj izvornoj biti predstavljao.>>²¹

Usmjeravanje postojećeg znanja i obrazovanja kustosa ka novim znanjima, kvalitetama i dostignućima postao je oblik permanentnog obrazovanja, pa ne čudi činjenica da je veći broj kustosa sklon razmišljanju kako moda, čak i ona aktualna itekako može biti dio muzejske postave. <<Promjene u potrebama za obrazovanjem, kako na polju stjecanja znanja tako i usvajanja vještina, slijede promjene u muzejskom svijetu. >>²²

Primjerice, do prije nekoliko godina je bilo nezamislivo da u muzeju bude izložena modna kolekcija nekog živog dizajnera koji se kroz istu tu izložbu može 'izreklamirati' te posredstvom medija nametnuti određeni modni trend, no iz primjera koji će biti navedeni u daljnjem tekstu rada ćemo vidjeti da je takva praksa itekako prisutna na globalnoj muzejskoj sceni.

Muzejsko je osoblje sve više razvijalo svijest o prihvaćanju dinamičnih promjena u muzejskom svijetu. Te su se promjene odvijale ne samo na fizičkom, socijalnom već i mentalnom planu.

<<Promjene na fizičkom planu očituju se u promjenama strukture arhitekture muzeja, u integraciji vanjskih i unutrašnjih prostora, u ekspanziji muzeja izvan zgrade i u formiranju međuzavisnih grupacija unutar mreža muzeja.>>²³

S druge strane, socijalni prostor podrazumijeva već spomenutu novu ulogu muzeja u svijetu, i to ne samo u situacijama gdje muzeji preuzimaju funkciju reprezentanta pojedinih društvenih tokova nego i tamo gdje oni preuzimaju druge uloge na raznim razinama kulturnog života.

Društvenim i tehnološkim napretkom, stvorila se i nova mentalna okolina, koja je pružila nove mogućnosti u muzejima. Društvo je svakako jedan od faktora koji je uvelike utjecao na promjene unutar muzeja te njegove funkcije i mentalne okoline unutar koje se muzej kreće. U

²⁰Maroević, I., Promjene u muzejima i potrebe za obrazovanjem, 1990. ([posjećeno: 12.03.2020.](#))

²¹Maroević, I., Promjene u muzejima i potrebe za obrazovanjem, 1990. ([posjećeno: 12.03.2020.](#))

²²Maroević, I., Promjene u muzejima i potrebe za obrazovanjem, 1990. ([posjećeno: 12.03.2020.](#))

²³Maroević, I., Promjene u muzejima i potrebe za obrazovanjem, 1990. ([posjećeno: 12.03.2020.](#))

tom procesu prilagodbe muzeja u suvremenom društvu, važno je razumjeti način na koji se muzej integrira u društvenu okolinu. <<Sve se veći naglasak stavlja na 'prodaju sadržaja', odnose s javnošću i muzejski marketing, jer bez navedenih komponenti muzej jednostavno ne može odgovoriti na onu ulogu koja mu se danas u svijetu daje.>>²⁴

Promjene su vidljive na gotovo svim razinama pa tako i u samoj prezentaciji prirodne i kulturne baštine. Muzeji postaju mjesta dostupna svim slojevima društva i kao posrednici između kulturne baštine i društva tumače i prezentiraju svoj sadržaj na način koji će biti prihvatljiv svakom socijalnom sloju posjetilaca, koji dolaze i žele se uključiti u muzejsku okolinu.

Ne možemo zanemariti da je ovo 'društvo spektakla'. Kapitalizam je u današnjem vremenu posebno uzeo maha, a zarada i financijska korist je nerijetko ispred principa i tradicionalnih načela. Koliko je muzej kao institucija uspio zadržati svoju izvorišnu formu, a koliko se komercijalizirao te postao mjesto promocije trendova, bit će razmotreno u daljnjem tekstu.

Ipak, čitav ovaj kronološki slijed nastanka i razvoja muzeja priložen je kako bi se dao uvid u promjene kojima je muzej kao institucija podlijegao osuvremenjavanju, a sukladno tome, moda je zauzela relevantno mjesto u njegovim redovima.

Pojam 'Modnog muzeja'

Prije nego li krenemo u detaljniju analizu povezanosti između muzeja i modnih *brandova*, iznesimo najprije opću definiciju pojma 'modni muzej'.

Naime, 'modni muzej' je muzej u kojem su izložene kolekcije odjeće značajne za neko povijesno razdoblje ili modne kolekcije nekog dizajnera koji je na neki način ostavio važan trag i utjecaj u povijesnom kontekstu mode.

Nešto kasnije ćemo na primjeru današnjih praksi gdje je u muzeju moguće izlaganje i kolekcije još živućeg i aktualnog dizajnera ili modne kuće, pokazati kako bi se navedena definicija još mogla proširiti, no s obzirom na to da još uvijek postoje oštre polemike o tome je li 'živom dizajneru' mjesto u muzeju, još nije vrijeme za promjenu i prilagodbu definicije.

²⁴Maroević, I., Promjene u muzejima i potrebe za obrazovanjem, 1990. ([posjećeno: 12.03.2020.](#))

Nadalje, vrlo je tanka i gotovo teško razlučiva razlika između modnog muzeja i muzeja tekstila, no mogli bismo pojednostavljeno reći da su kolekcije u modnim muzejima više usmjerene ka estetici dok se u tekstilnom muzeju kolekcije izloženih odjevnih predmeta imale svoju važnu primjenu u nekom prošlom razdoblju i nije važno da ti predmeti budu 'oku ugodni' već da budu povijesno relevantni izvori za opisivanje nekog povijesnog razdoblja i navika života i odijevanja ljudi.

U ranijim vremenima se, dok se moda tek u skromnim naznakama uspijevala provući kroz sadržaj muzejskih izložbi, u muzeju mogla vidjeti isključivo odjeća viših ili nižih društvenih staleža svojstvena za određeno geografsko područje ili povijesno razdoblje.

Danas je situacija nešto drugačija. S razvojem muzeja suvremene umjetnosti, ali i suvremenih pristupa tradicionalnim muzejima, modu je u muzeju moguće naći u različitim oblicima.

Primjer za to bi bio <<Muzej mode i tekstila u Londonu kojeg je 2003. godine osnovala dizajnerica Zandra Rhodes, a to je ujedno i jedini muzej u Velikoj Britaniji koji je posvećen izlaganju napretka u suvremenoj modi kao i pružanju inspiracije te poduke svima koji rade u modnoj industriji>>. ²⁵ Dakle, mogli bismo reći kako je takvim muzejom i njegovim sadržajem napravljen popriličan odmak od tradicije i svega što smo navikli gledati u muzeju, a da je vezano uz modu.

Pojam 'modni muzej' poprilično se raširio posljednjih godina, a tome svjedoče mnogi muzeji diljem svijeta koji su osmišljeni i otvoreni s ciljem da publici predstavljaju modu u različitim oblicima i povijesnim ulogama.

Jedan od možda najpoznatijih muzeja posvećenih nekom slavnom dizajneru, svakako je onaj u Francuskoj. <<Muzej 'Christian Dior' nalazi se u Granvilleu, u kući gdje je Dior odrastao. U muzeju otvorenom 1988. godine, osim nekih od najpoznatijih modnih kreacija poput one "New Look", izložene su i kreacije izrađene za druge modne kuće.>> ²⁶ Posjetiteljima su izloženi između ostalog i radovi za Yvesa Saint Laurenta, Johna Galliana i Marca Bohana. U Francuskoj, točnije u Parizu je osnovana i zaklada 'Pierre Bergé – Yves Saint Laurent'. Zaklada je osnovana 2002. godine kada je slavni dizajner Laurent objavio da odlazi u mirovinu, a stvorena je s ciljem <<očuvanja 5 tisuća haute couture odjevnih predmeta i 15 tisuća haute

²⁵Minney, S., *Slow fashion*, New Internationalist, UK, 2016:316.

²⁶Benaïm, L., *CHRISTIAN DIOR AND THE SOUTH*, Rizzoli, France, 2017:7.

couture modnih dodataka te više od 50 tisuća crteža i raznih predmeta koji svjedoče o 40 godina kreativnog rada Yves Saint Laurenta>>. ²⁷



Slika 8: Kuća mode Christiana Diora, 2015. (izvor: [posjećeno 20.11.2020.](#))

Još jedan muzej nalazi se u blizini Pariza i to u Alençonu, gradiću poznatom u cijelom svijetu po proizvodnji čipke. Muzej je posvećen Alençonu, njegovoj povijesti, obrtništvu u području čipke i smatra se jednim od turističkih središta grada. Zanimljivo je kako su zbog te prepoznatljive čipke nekada vojvotkinje i pripadnice visokog staleža dolazile u Alençon. Tamo bi nabavljale izuzetno kvalitetnu čipku za izradu vjenčanica, a u sklopu muzeja je smještena i prostorija u kojoj se može vidjeti kako žene ručni izrađuju čipku te tako svoj zanat i umijeće prezentiraju posjetiteljima.

²⁷Etherington-Smith, M., Behrens, E., O'Flynn, M., Worth, J., *Collection Yves Saint Laurent et Pierre Berge*, CHRISTIES, UK, 2009:128.



Slika 9: izložba u muzeju *Yves Saint Laurenta*

Naziv izložbe: *Yves Saint Laurent Dialogue avec l'art*

Kustos: *Anthony Vaccarello*

Termin izlaganja: 10.03.2004.- 31.10.2004

Naziv muzeja: *Musée Yves Saint Laurent*

Grad: Pariz

Zemlja: Francuska

Izvor: [posjećeno 13.10.2020.](#)

U Italiji se pak nalazi muzej posvećen Salvatoreu Ferragamu, čovjeku koji je promijenio svijet cipela. Kako je dizajner svoje prepoznatljivo ime stvorio u Firenci, 1995. godine je otvoren i muzej njemu u čast. Marilyn Monroe, jedna je od hollywoodskih diva koja je bila naklonjena njegovom dizajnu pa ne čudi da je njoj posvećen čitav jedan dio Ferragamovog muzeja.

U Firenci je također smješten i Guccijev muzej, a u sklopu ovog muzeja se nalazi i restoran, te trgovina s odjećom. Premda se u muzeju mogu vidjeti razni elementi iz značajne povijesti ovog dizajnera te modne kuće, ovo mjesto je ipak poznatije kao destinacija za imućnije posjetitelje koji si mogu priuštiti usluge i proizvode koje muzej pruža.

Na modnom institutu za tehnologiju (FIT- Fashion Institute of Technology) u New Yorku obrazovale su se te oblikovale u vrsne dizajnerice mnoge modne zvijezde kao što su dizajnerice

Reem Acra, Nanette Lepore i Sigerson Morrison, a nešto kasnije je u sklopu instituta nastao i 'modni muzej'. Muzej u sklopu Instituta sadrži impresivne zbirke svjetski poznatih dizajnera poput Chanela, Halstona, Alaije i Balenciage.

<<Nešto južnije smjestio se i muzej Fride Kahlo i to u gradu Ciudad de Mexico u blizini Mexico Citiya>>²⁸. Frida Kahlo možda nije bila isključivo modna dizajnerica već se njezina karijera i doprinos povijesti umjetnosti bazirao na slikarstvu, ali je neosporiv njezin trag koji je ostavila u svim kreativnim područjima te utjecala na mnoge modne dizajnere i kolekcije kasnije.

Iz tog razloga je Plava kuća Fride Kahlo (La Casa Azul) iznimno popularna i nezaobilazna turistička destinacija Ciudad de Mexica. U muzeju su izložena ne samo njezina slikarska djela već i impresivna kolekcija odjeće te mnoštvo haljina inspiriranih tradicionalnim meksičkim ručnim radom. <<Njezin prepoznatljiv stil i modni izričaj vidljiv je na mnogim fotografijama i slikama poput "Autoportreta u baršunastoj haljini">>.²⁹

Kada govorimo o svjetski poznatim muzejima, suludo je ne spomenuti 'Victoria & Albert museum' u Londonu. <<Indijski tekstili, opskurni glazbeni instrumenti i bolna obuća>>³⁰ dio su impresivne zbirke muzeja, a tu je između ostalog izložen i dizajn najvećih svjetskih dizajnera kao što je bio Alexander McQueen. Victoria&Albert svake godine održava za svijet mode veoma važne modne izložbe, a s mogućnošću prisustvovanja svečanom otvaranju tim izložbama, osoba pokazuje kako je dio visokog društva današnjice.

²⁸Sophie Faucher, S., La Casa Azul, Oferon looks Ltd, UK, 2002:8.

²⁹Sophie Faucher, S., La Casa Azul, Oferon looks Ltd, UK, 2002:8.

³⁰Maclagan, A., Brief Guide to Persian Embroideries- Victoria and Albert Museum Department of Textiles, Read Books LTD., UK, 1929:6.



Slika 10: Izložba *Alexander McQueena*

Naziv izložbe: *Savage Beauty*

Kustosi: *Andrew Bolton i Harold Koda*

Termin izlaganja: 14.03.2015. - 02.08.2015.

Naziv muzeja: *Victoria & Albert Museum*

Grad: London

Zemlja: Velika Britanija

Izvor: [posjećeno 29.04.2021.](#)

‘Cristóbal Balenciaga’ naziv je španjolskog muzeja otvorenog 2011. godine, smještenog na padini u baskijskom ribarskom mjestu Getaria. Izbor smještanja muzeja je logičan s obzirom na to da se radi o rodnom mjestu dizajnera. <<Bogatim fundusom dominiraju primjerci njegovih vrećastih haljina i specifičnih jakni balon kroja, no osim toga izloženo je i mnoštvo drugih kreacije, nastalih tokom plodne karijere koja je trajala više od pedeset godina.>>³¹

³¹V&A, Introducing Cristóbal Balenciaga, UK, 2017. ([posjećeno 20.11.2020.](#))



Slika 11: Kreacije *Cristóbal Balenciaga*

Naziv izložbe: *"Alaïa and Balenciaga. Sculptors of shape"*

Kustosi: *Olivier Saillard i Gaël Mamine*

Termin izlaganja: 30.04.-01.11.2021.

Naziv muzeja: *Cristóbal Balenciaga Museum*

Grad: *Getaria*

Zemlja: Španjolska

Izvor: [posjećeno 02.05,2021.](#)

U Amsterdamu se nalazi muzej torbi i torbica koje su tamo izložene kao povijesni artefakti. Njihova zbirka, sadrži predmete još iz 16. stoljeća. Nizom muških i ženskih torba prikazano je na koji način se mijenjala njihova funkcija, forma i estetski izričaj te kako su takve promjene išle u korak s razvojem društva i kulture. Muzej ima i jedan od najposjećenijih gift shopova u gradu. Kao što smo mogli vidjeti na primjeru Guccijevog muzeja, i ovdje zapažamo kako je teško odvojiti modu od promocije, reklame, i naravno- prodaje. Odjevni predmet (ili modni

dodatak) možda može biti izložen s ciljem da je njegova estetska vrijednost i položaj u prostoru muzeja bude njegova jedina funkcija, no može li se zanemariti njegova kupovno-prodajna vrijednost? To nas zapravo dovodi do pitanja može li suvremena moda (čak i kada u sebi ima povijesne elemente) biti dio muzeja bez da iz svoje postavljenosti u muzeju, "izvuče" i financijsku korist te priliku za reklamom i promocijom.



Slika 12: Primjerci iz 'Muzeja torbica'

Naziv izložbe: *The Purse and the Person: A Century of Women's Purses*

Kustos: *Anita Davis*

Termin izlaganja: Stalna postava od 2007. god

Naziv muzeja: *Tassenmuseum Amsterdam*

Grad: Amsterdam

Zemlja: Nizozemska

Izvor: [posjećeno 02.02.2020.](#)

Nakon geografskog pregleda tematskih muzeja posvećenih jednom dizajneru, iz različitih dijelova svijeta, izložit će se povijest izlaganja mode u muzeju te niz od tri muzeja koji su prvi prihvatili praksu izlaganja mode u muzeju, a potom prikazati tri suvremena muzeja mode u svijetu koji će se nadovezati na uvodnu hipotezu o vrijednosti mode i njezinoj važnoj ulozi u kontekstu muzealizacije. Popularnost, posjećenost i kompleksnost suvremenih muzeja mode dati će nam uvid u to kako je moda jednako vrijedno područje interesa i predmet izlaganja kao sve ostale grane umjetnosti.

Victoria & Albert Museum, London

Povijest izlaganja odjeće i tekstila započela je u Victoria i Albert Muzeju u Londonu. Odjevni predmeti su se počeli kolekcionirati te postali dio stalne postave muzeja tek 1914. godine zahvaljujući Sir Henryju Cole-u, <<uredniku časopisa *Journal of design and manufactures* te organizatoru velike izložbe u Kristalnoj palači u Velikoj Britaniji održane 1851. godine>>. ³²

Sir Henry Cole organizirao je izložbu s odjevnim predmetima Europskog kontinenta iz razdoblja 16. st pa sve do kraja devetnaestog stoljeća, a nastala je iz privatne kolekcije umjetnika Talbota Hughesa.

Madeleine Ginsburg jedna je od kustosica tog perioda koju svakako vrijedi spomenuti. Ona se pretežito bavila istraživanjem odjeće osamnaestog stoljeća, dok se također važna kustosica Natalie Rothstein bazirala na istraživanje tekstila. Do velikih promjena kada je riječ o kustoskim praksama te promociji mode i trendova u muzeju dolazi izložbom 'Moda: antologija' Cecila Beatona iz 1971. godine. Izložbu je činilo gotovo tristo *haute-couture* odjevnih predmeta slavnih dizajnera poput Balenciage, Ungara, Valentina, Vionneta, Wortha.

<<Izložba je objedinila niz recentnih odjevnih predmeta što do tada nije bila izlagačka praksa. Oko izložbe je stvoren velik medijski interes zato što je Beaton svojom kamerom nastojao »uhvatiti« najznamenitije filmske i glazbene zvijezde te aristokraciju.>>³³

³²Parrott-Sheffer, C., Britannica: Sir Henry Cole, izvor: [posjećeno 14.03.2021.](#)

³³Vene, L., Teorija i kultura mode. Discipline, pristupi, interpretacije, ur. Krešimir Purgar, Žarko Paić., Muzealizacija mode, između kulturne i komercijalne proizvodnje, Tekstilno-tehnološki fakultet, Zagreb, 2018: 163–181.

Koncept izlaganja mode te principi kolekcioniranja odjevnih predmeta znatno se mijenjaju 1993. godine izložbom *Street style: from side walk to catwalk*, kustosice Amy De La Haye. U muzeju je tada izloženo preko tristo odjevnih predmeta supkulturnih skupina Amerike i Velike Britanije. Bila je to jedna od najpopularnijih izložbi u Victoria & Albert Muzeju koju je nakon svega tri mjeseca pogledalo više od sto tisuća ljudi.



Slika 13: Izložba haljina *Christiana Diora*.

Naziv izložbe: "*Christian Dior: Designer of Dreams*"

Kustos: *Tristram Hunt*

Termin izlaganja: 2.2.2019- 1.9.2019

Naziv muzeja: *Victoria & Albert Museum*

Grad: London

Zemlja: Velika Britanija

Izvor: [posjećeno 16.10.2020.](#)

Musée du Costume de la Ville de Paris, Palais Galliera

Pariz je postao prijestolnicom mode još od sedamnaestog stoljeća, no prvi povjesničari odjeće i tekstila svoj su aktivan rad započeli tek 1906. god dok je prva velika izložba nastala dvije godine kasnije u 'Musée des Arts Décoratifs'. Tada su izloženi komadi odjeće iz 17. st i 18. st. Sljedeću važnu izložbu koju valja spomenuti kurirala je kustosica Renee Da Vray-Piekolek. Riječ je o izložbi pod nazivom 'Femmes fin de siècle: 1885–95' <<kojom je naglasila elegantnost mode ready to wear te utjecaj pariške scene na japanske dizajnere osamdesetih.>>³⁴

Dolaskom novog glavnog kustosa Oliviera Saillarda krajem devedesetih dolazi do velikih promjena u načinu izlaganja mode te kreiranja novih performativnih praksi. Moda se prezentira na inovativan i do tada neviđen način, a u projekte se uključuju i slavne osobe poput glumice Tilde Swinton u projektu 'Cloakroom' iz 2014. godine.

Muzej Metropolitan, New York

1870. godine osnovan je Metropolitan Muzej u New Yorku, a tek 1939. organizirana je prva modna izložba naziva 'Cycle of American dress' koju su kurirale Irene Lewisohn, Alice Lewisohn, Aline Bernstein i Polaire Weissman. Kako kolekcioniranje odjevnih predmeta postaje sve popularnija praksa, do kraja četrdesetih godina prošlog stoljeća javlja se potreba za osnivanjem instituta kostima (Costume Institute).

Stella Blum je bila prva kustosica u muzeju, a <<Zbirka Instituta temeljila se na kolekcijama odjevnih predmeta međunarodnih dizajnera visoke mode poput Wortha, Poireta, Vionnet, Lanvina te Chanel.>>³⁵

³⁴Vene, L., Teorija i kultura mode. Discipline, pristupi, interpretacije, ur. Krešimir Purgar, Žarko Paić., Muzealizacija mode, između kulturne i komercijalne proizvodnje, Tekstilno-tehnološki fakultet, Zagreb, 2018: 163–181.

³⁵Vene, L., Teorija i kultura mode. Discipline, pristupi, interpretacije, ur. Krešimir Purgar, Žarko Paić., Muzealizacija mode, između kulturne i komercijalne proizvodnje, Tekstilno-tehnološki fakultet, Zagreb, 2018: 163–181.

Era glamuroznih i spektakularnih izložbi započinje 70ih i 80ih godina kada svoje prve izložbe organizira Diane Vreeland. Neke od izložbi važnih za spomenuti su: <<The World of Balenciaga (1973.), Hollywood Design (1974.), The Glory of Russian (1975.god), Costume (1976.) i Vanity Fair (1977.).>>³⁶

1948. godine pokrenut je događaj MET Gala koji se nastavio organizirati svake godine uoči otvaranja velike godišnje modne izložbe. Ovaj svjetski poznati event u početku je zamišljen kao dobrotvorna svečanost preko koje bi se mogao skupljati novac od bogatih i slavni javnih osoba za MET muzejsku instituciju.

Posljednjih 25 godina organizaciju događaja preuzela je urednica američkog Voguea Anna Wintour.

Unatoč velikom medijskom odjeku koji se svake godine okreće oko ove glamurozne manifestacije, MET je često na udaru kritika i pokretač debata između kustosa. <<ovaj događaj vrlo jasno pokazuje isprepletenost modnog sistema i muzejske institucije koja je za široku publiku zapravo primarno obilježena i određena kroz red carpet celebrity paradu. Izložbe koje su povod za MET Galu često padaju u drugi plan, većina uzvanika nema nikakve veze s muzejskim kontekstom, a prostor muzeja se pretvara u ekskluzivan privatni party.>>³⁷

Mogli bismo reći kako je Diana Vreeland prva pokrenula trend vizualno spektakularnih modnih izložbi koje bi privlačile široku publiku. Uvidjela je mogućnost impresivnog rasta kapitala muzeja te stjecanja velike popularnosti i zastupljenosti u medijskom prostoru. Također, pokrenula je praksu kuriranja izložbe živućeg dizajnera i prva revija tog tipa koju je organizirala bila je Yves Saint-Laurent, 1983. godine.

Još jedna institucija koja je poznata po suradnjama sa živućim modnim dizajnerima je Muzej moderne umjetnosti u New Yorku (MoMu). Uobičajeno je da dizajneri u koncept vlastitih izložbi uvrštavaju neobične instalacije te stvaraju zapanjujući ambijent s ciljem prenošenja poruke publici, uvodeći ju u svijet mode, odjeće i tekstila. Nerijetko kod suradnji muzeja i

³⁶Vene, L., Teorija i kultura mode. Discipline, pristupi, interpretacije, ur. Krešimir Purgar, Žarko Paić., Muzealizacija mode, između kulturne i komercijalne proizvodnje, Tekstilno-tehnološki fakultet, Zagreb, 2018: 163–181.

³⁷Vene, L., Teorija i kultura mode. Discipline, pristupi, interpretacije, ur. Krešimir Purgar, Žarko Paić., Muzealizacija mode, između kulturne i komercijalne proizvodnje, Tekstilno-tehnološki fakultet, Zagreb, 2018: 163–181.

dizajnera upravo dizajner preuzima ulogu kustosa i upravo takva praksa nailazi na brojne kritike od strane kustosa.

Primjerice, Marco Pecorari, teoretičar mode i direktor 'MA Fashion Studies' programa u Parizu u svojim tekstovima upozorava <<kako je nužno ne zaboraviti ulogu kustosa koji kurira dizajnera kao predispoziciju za daljnje zajedničko kuriranje s dizajnerom.>>³⁸

Vodeću ulogu u organizaciji izložbe bi ipak trebao imati kustos koji <<s distancom mora kontekstualizirati rad dizajnera i pojašnjavati njegovu ulogu u suvremenoj vizualnoj kulturi.>>³⁹

Muzej mode - Bath, Engleska

Ovaj britanski tematski muzej, posvećen isključivo modi stvoren je iz osobne kolekcije muške i ženske odjeće povjesničarke mode Doris Langley Moore. Iz njezine je privatne kolekcije osnovan Muzej narodne nošnje koji je kasnije preimenovan u Modni muzej, u Bathu. U muzeju je izloženo više od 300 odjevnih predmeta od 17. stoljeća do danas, s posebnim naglaskom na radove britanskih dizajnera poput Mary Quant i Alexandra McQueena. U sadržaj su uključene i svjetske kolekcije suvremenih i povijesnih haljina, od gruzijskih haljina do vrhunske mode vodećih dizajnera. U skladu s praksama ostalih tematskih modnih muzeja i ovaj u sklopu objekta posjeduje trgovinu koja publici nudi bogat opus modnih dodataka, nakita i uredskog materijala.

³⁸Pecorari, M., Contemporary Fashion History in Museums, Riegels Melchior, M., Svensson, B., Fashion and Museums: Theory and Practice, Bloomsbury Academic, UK, 2014:53.

³⁹Vene, L., Teorija i kultura mode. Discipline, pristupi, interpretacije, ur. Krešimir Purgar, Žarko Paić., Muzealizacija mode, između kulturne i komercijalne proizvodnje, Tekstilno-tehnološki fakultet, Zagreb, 2018: 163–181.

SCAD FASH - Atlanta, GA

Modni muzej SCAD FASH otvoren je u Atlanti u listopadu 2015. godine premijernom izložbom posvećenom radu Oscara de la Rente. Ovaj muzej specijaliziran za područje mode se prostire na 27.000 četvornih metara prostora posvećenih odjeći, tekstilu, nakitu i fotografiji, a u sklopu objekta nalaze se i predavaonice te medijski salon.

Ovaj muzej je uvršten na popis priznatih suvremenih modnih muzeja jer slavi modu kao univerzalni jezik, a odjeću kao važnu sastavnicu identiteta te jezik komunikacije u suvremenom društvu.

Kako su i sami naveli na službenoj web stranici, SCAD FASH muzej usredotočen je na budućnost modnog dizajna, povezujući konceptualne s povijesnim principima odijevanja, bilo svečanog, slavljeničkog ili ležernog. U svojim izložbama često slijede praksu uključivanja posjetitelja svih dobnih skupina u dinamične izložbe edukativno obogaćujući sadržaj i ponudu.

U sklopu muzeja otvoreno je i Sveučilište za kreativne karijere pa tako studenti imaju prilike učiti od renomiranih suvremenih modnih dizajnera i priznatih kreativaca iz cijelog svijeta

Prema riječima Paule Wallace, osnivačice Savannah College of Art and Design Muzeja, SCAD Fash <<služi kao nastavni muzej i kreativni izvor za učenike svih dobnih skupina te kao izvor nadahnuća za posjetitelje. Kroz programiranje koje uključuje sveučilišni široki spektar akademskih disciplina SCAD FASH nudi razne izložbe, instalacije, performanse i događaje kako bi oživio i nadahnuo kako polaznike tako i posjetitelje.>>⁴⁰

Tijekom čitave godine na svakoj od svojih lokacija širom svijeta, SCAD je domaćin spektakularnim izložbama i modnim događajima koji u središte stavljaju umjetničko i dizajnersko obrazovanje.

Ovakvim se obrazovnim modnim institucijama otvara prostor za popularizacijom radova nosive umjetnosti i

stvaralaštva, a kontinuiranim suradnjama vizionarskih profesionalaca iz različitih umjetničkih formi ostvaruje se zavidan financijski rezultat. Iz navedenog primjera vidljivo je kako ne samo da se na svjetskoj sceni uvelike ulaže u modne muzeje te suvremene pristupe muzealizaciji

⁴⁰Wallace, P., About the museum, SCADFASH, ([posjećeno: 12.06.2020.](#))

mode već se i njeguje praksa otvaranja modnih instituta u sklopu muzeja koji bi obrazovali mlade generacije dizajnera.

Simone Handbag Museum—Seoul, South Korea

Muzej Simone u Seulu u Južnoj Koreji posvećen je torbama. U muzeju je izloženo 300 torbi koje datiraju od 1550. do danas. Muzej je podijeljen na dva odjela, onaj suvremeni s izlošcima iz dvadesetog stoljeća te onaj povijesni iz predmeta koji datiraju iz nešto ranijih stoljeća.

Muzej je otvoren 19. srpnja 2012. u okrugu Gangnam u Seulu, u zgradi simboličnog oblika torbe.

Kenny Park, osnivač i izvršni direktor tvrtke Simone Handbags u suradnji je s Judith Clark, profesoricom mode i muzeologije na londonskom ‘College of Fashion’ okupio je kolekciju torbi u vrijednosti od milijun funti. Većina torbica europskog je podrijetla, a neki suvremeni primjerci torbi su iz Sjedinjenih Američkih Država.

Muzej je smješten u deseterokatnici zvanoj Bagstage. Bagstage također uključuje trgovinu koja prodaje materijale za izradu torbica, radionice u kojima mladi korejski dizajneri mogu raditi bez plaćanja najma, odjeljak u kojem su obrtnici za proizvodnju torbi te dvije trgovine.

Muzej torbi Simone sastoji se od povijesne i moderne dvorane. U muzeju su izložene torbice koje predstavljaju različita povijesna razdoblja na zapadnjački način, od rijetkih džepova iz 1500-ih do najnovijih torbica 21. stoljeća. Povijesna dvorana utjelovljuje staromodnu viktorijansku atmosferu, dok je Moderna dvorana posve bijeli koncept s pomalo sterilnom atmosferom koja izgleda kao da je to soba koja je još uvijek u procesu obnove.

Ovaj muzej uvršten je na popis relevantnih tematskih modnih muzeja jer torbica kao modni dodatak i suvremeni predmet također na neki način ukazuje na prošlost, kao i na jedinstvenu vezu između proizvoda i kolekcije. Ipak, u muzeju se ne radi isključivo o utjelovljenju prošlosti i ‘educiranju’ posjetitelja. Izložbe su usredotočene na to kako torbice doprinose utvrđivanju ženskog identiteta.

4. Komercijalne ili dokumentarne modne izložbe?

Iz zapisa Valerie Steele, modne izložbe je moguće podijeliti na tematske i retrospektivne. Dok retrospektivne izložbe podrazumijevaju historicistički pregled određene modne kuće ili dizajnera kroz njihov višegodišnji rad i djelovanje, tematske su izložbe nešto složenijeg koncepta i procesa realizacije. Dakle, za retrospektivne izložbe bismo mogli reći da su najčešće sličnog koncepta i kronološki postavljene dok je kod onih tematskih priprema i organizacija mnogo dugotrajnija i zahtjeva velik broj stručnih suradnika. Kod retrospektivnih je izložbi lakše pribjeći favoriziranju specificiranog modnog branda i to je jedan od razloga zašto se mnogo 'tiše' polemike među kustosima vode oko tematskih, a nešto 'glasnije' oko retrospektivnih izložbi.

Na temelju mnogobrojnih primjera održanih modnih izložbi na svjetskoj i regionalnoj razini gdje se paralelno izlagala visoka moda i konfekcijska odjeća masovne mode vidljivo je koliko se suradnjama suvremene mode i muzeja sučeljavaju različiti, ali međusobno ovisni segmenti. Kao primjer bismo mogli navesti izložbu 'Fashion Forward' iz 2016. godine u 'Musee des Arts Decoratifs' koja je u svoj izložbeni opus uključila i odjevne predmete iz H&M lanca trgovina, a *brand* je istovremeno bio glavni sponzor izložbe. Mišljenje nekolicine autoriteta iz područja mode i muzeja je da kod takvih kustoskih praksi nedostaje kritičkog odmaka i analize odjevnih predmeta koji bi gledatelje mogli nečemu 'podučiti' te da se čitav koncept takvih izložbi temelji na slijepoj konzumaciji estetski i vizualno primamljivog sadržaja.

Unatoč negodovanjima, odnos mode i muzeja posljednjih je nekoliko desetljeća neminovno obilježen elementima komercijalizacije koja je postala dominantan segment u izlagačkoj praksi mode. <<Spektakl modne potrošnje izvodi se kao modna izložba kojom se primarno legitimira i historizira djelovanje pojedinaca (modnih dizajnera) u okviru modnog sustava. >> ⁴¹Možda spektakularne modne izložbe u instituciji muzeja nisu u skladu s onim što muzej u svojoj biti predstavlja no svakako su postale dio prakse koja je financijski vrlo isplativa i profitabilna kako za muzej tako i za dizajnera čiji rad se izlaže. Teoretičar mode, Marco Pecorari smatra kako su modni muzeji danas pozicionirani između kulturno-umjetničke i komercijalne proizvodnje, ali

⁴¹Pecorari, M., Contemporary Fashion History in Museums, Riegels Melchior, M., Svensson, B., Fashion and Museums: Theory and Practice, Bloomsbury Academic, UK, 2014:53.

da se suradnjama sa živućim dizajnerima i sami muzeji imaju priliku prezentirati i popularizirati do razine branda.

I na primjeru dokumentacije Saillardovog performativnog događaja 'The Impossible Wardrobe' iz 2012. godine u kojoj je sudjelovala glumica Tilda Swinton te projekta 'Temporary Fashion Museum' vidljivo je javljanje potrebe za tematiziranjem i analizom koncepta suvremene mode i povijesnih procesa.

Možemo razumjeti oprečna mišljenja kustosa diljem svijeta o tome treba li suvremena moda graditi svoj integritet i unutar muzeja no ne možemo zanijekati uzajamnu financijsku korist koju muzeji i modne kuće imaju prilikom ostvarivanja ovakvih suradnji.

Prema svemu navedenom, u daljnjoj analizi ćemo na temelju podjele između komercijalnih i dokumentarnih modnih izložbi pokazati razlike dviju različito koncipiranih izložbi te predočiti mnogobrojne modne izložbe u svijetu koje su sadržajno u skladu s nekom od ove dvije kategorije.

Prije nego li zaključimo kakva je uloga muzeja u promociji modnih dizajnera i trendova, važno je najprije se osvrnuti na polemike koje se vode među kustosima, a podrazumijevaju oprečna stajališta o tome je li modi, pogotovo suvremenoj, s komercijalnim prizvukom i onoj koju zastupaju živući i aktualni dizajneri, mjesto u muzeju.

Mišljenja su podijeljena. Dok jedni smatraju kako <<Muzeji nisu izlozi robnih marki>>, ⁴²poput direktorice Muzeja dizajna Alice Rawsthorn koja tvrdi da je besmisleno uopće propitivati je li moda umjetnost ili nije. Njezino je stajalište kako se moda zbog svoje praktične svrhe koju umjetnost nema ne može smatrati umjetnošću no da to ipak ne znači kako moda ne može biti prikladna tema za muzeje ili da ne može dijeliti neke attribute umjetnosti.

S druge strane, nekolicina kustosa i dizajnera zastupaju stajalište kako je moda itekako važno područje u kontekstu umjetnosti, povijesti, obrta, estetske privlačnosti i kako kao takva može, i mora biti dio onoga što muzej nudi i predstavlja. Takvog je mišljenja primjerice dizajnerica Zandra Rhodes. Ona je za časopis The Guardian iznijela mišljenje o modi kao obliku umjetnosti. Nazvala ju je dekorativnom ili primijenjenom umjetnošću za razliku od likovne umjetnosti.

⁴²Menkes, S., Gone Global: Fashion as art, Special report fashion, NYC, 2011:6.

"Potrebna je jednaka količina umjetničkog izraza prilikom stvaranja odjeće, komada keramike ili slikarskog dijela. Muzej dizajna je i osnovan na temelju mišljenja da je moda umjetnička forma koju treba pamtiti, a modne galerije poput one u Victoria & Albert muzeju i u Metropolitan muzeju u New Yorku itekako su relevantne i na neki način dio naše povijesti i kulture. Moda vam može reći što su ljudi nosili u određenom razdoblju baš kao što vam keramika može reći kakve su bile čajanke naroda nekih prošlih vremena. Mislim da ih činjenica da su te stvari stvorene kako bi bile praktične ne razlikuje od djela iz primjerice likovne umjetnosti.,,

Također, Rhodes smatra kako se likovna umjetnost s godinama prestala baviti isključivo ljepotom, pa bismo mogli reći da je moda - koja se oduvijek odnosila na pojam ljepote, bez obzira slažu li se svi oko tog koncepta - relevantnija, pa čak i korisnija društvu od recimo konceptualne ili performativne umjetnosti. Uzme li se u obzir i da su mnogi modni dizajneri inspirirani te izravno pod utjecajem likovne umjetnosti ili nekog umjetničkog pravca, odgovor na pitanje 'Je li moda umjetnost' postaje sasvim jasan.

Još od Veblenove 'Teorije dokoličarske klase' iz 1899. god u kojoj autor <<kritičkom analizom životnoga stila viših slojeva američkog društva, u kojem kao središnje fenomene izdvaja ostentativnu potrošnju (conspicuous consumption) i dokoličarenje, koji služe kao pokazatelji društvenih položaja>>⁴³ modi se iz sociološkog i filozofskog gledišta počelo pristupati kao jednom od elemenata potrošačkog društva koja je pokazatelj prestiža i financijske moći.

Na sličan način je o modi nešto kasnije pisao i kanadski profesor François Colbert, objavivši krajem devedesetih godina knjigu „Marketinška kultura i umjetnost“(1993.). Nema sumnje kako je moda postala jedan od važnijih segmenata kapitalističkog društva. Ipak, to što je moda postala novčano plodno područje ljudskog interesa i djelovanja, ne umanjuje njezinu umjetničku suštinu i formu.

Možda je i to razlog zašto trenutno postoji na desetke muzeja širom svijeta koji su ili tematski potpuno posvećeni modi ili je jedan dio stalne ili privremene postave modnog sadržaja.

⁴³Veblen, Thorstein Bunde, Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje, Leksikografski zavod Miroslav Krlež, 2021. [Pristupljeno 13. 5. 2021.](#)

Suvremena moda u muzeju

Izložba održana u Londonu 2011. god bila je predstavljanje suradnje engleske modne dizajnerice Daphine Guinness i Shaun Leanea, britanskog dizajnera nakita, poznatog po svojim kiparskim predmetima, izrađenih za Alexandera McQueena. Ovaj primjer komercijalne izložbe naveden je radi dugogodišnjeg uspješnog i nagrađivanog rada glavnih aktera. Leaneov istoimeni brand nakita četverostruki je dobitnik nagrade 'UK Jewellery Designer of the Year', a kako je i Daphine Guinness afirmirana dizajnerica, izložba je očekivano pokrenula polemike o tome je li suvremenoj modi i živućim dizajnerima mjesto u muzeju. Neosporno je kako je ova izložba, po mišljenju mnogih kritičara i uvaženih tiskovina simbolično prikazala neraskidivu vezu između mode i umjetnosti, no modnim dizajnerima i *brandovima*, po mišljenju mnogih kustosa i predstojnika muzeja vrata muzeja još uvijek nisu otvorena te se fokusiraju na aspekt 'reklame' i promoviranja modnih kuća (kada takva suradnja bude realizirana) od strane muzeja. Komercijalnom se izložbom dakle, publika privlači isključivo estetskim aspektom uz izuzeće edukativnog segmenta pa je i povijesna relevantnost isključena. Ono što je pozitivno je uključivanje mladih dizajnera te dodjeljivanje modnim dizajnerima status umjetnika koji s obzirom na ranije zapise i konstatacije o modi svakako zaslužuju imati.



Slika 14: Suradnja Daphne Guinness i Shaun Leanea

Naziv izložbe: A/W00 show

Kustos: Claire Wilcox

Termin izlaganja: Veljača 2011.god

Naziv muzeja: *Design Museum in London*

Grad: London

Zemlja: Velika Britanija

Izvor: [posjećeno 13.12.2020.](#)

U isto vrijeme kada se održavala izložba Daphne Guinness i Shaun Leanea, u Italiji se obilježavala 150. obljetnica ujedinjenja Italije, a zabavni program je tada popraćen prikazom modnih fotografija poznatih reklamnih kampanja talijanskih modnih kuća- od Armanija preko Ferragama do Prade. Čini se kako se moda takvim, iako komercijalnim sadržajem, pokazala ne samo važnim izvorom prihoda te zabavom za publiku već i nacionalnim kulturnim simbolom jedne države.



Slika 15: Modna revija : Victor & Rolf A/W15 haute couture collection featuring wearable art dresses, 2015. God (Izvor: [posjećeno 10.03.2021.](#))

Još jedna komercijalna izložba u istom se periodu održavala u Parizu, a bila je posvećena konceptualnom dizajneru Husseinu Chalayanu u muzeju ‘Musée des Arts Décoratifs’. Nedugo zatim je Valentino publici predstavio fascinantant projekt kojim je predstavljeno istraživanje povijesti visoke mode (2011.).

Koliko su suvremena visoka moda i povijesna odjeća povezani, što je Valentino i prikazao u svom projektu, dokazala je i posljednja izložba haute couture kolekcije održane u Grand Trianon palači u Versaillesu (2014.).

O izložbi pod nazivom „Povratak mode 18. stoljeća“ (2011.) održanoj u Grand Trianonu u Versaillesu, (Francuska) kustos Olivier Saillard je tada rekao kako je veoma nadahnut 18. stoljećem, a utjecaj tog vremena se itekako može vidjeti u radu suvremenih dizajnera poput Jean Paul Gaultiera i Vivienne Westwood.

Isti kustos stoji iza poznate izložbe ‘Madame Grès’(2011.) u muzeju ‘Bourdelle’ u Parizu gdje je Hussein Chalayan, uspio stvoriti dijalog između odjeće i skulpture kreirajući haljine od krutih i nenosivih materijala poput drveta, željeza i sl. Jasno je da suvremena moda nerijetko inspiraciju crpi iz povijesnih razdoblja pa čak i kada ona nije povijesno relevantna što ju čini umjetničkom formom jednako vrijednom kao svi ostali oblici umjetnosti.



Slika 16: dizajn Hussein Chalayana, 2011. (izvor: [posjećeno 12.01.2021.](#))

Modne izložbe koje ne uključuju povijesnu odjeću su, dakle, postale česta praksa, a s godinama raste i njihov broj i popularnost.

Ovom obliku izlaganja pripada i izložba Alexandera McQueena „Savage Beauty“ koja je održana 2011. godine u Metropolitanskom muzeju umjetnosti u New Yorku. To je zapravo rodno mjesto modnih izložbi, a takvim se smatra radi Diane Vreeland (29.09.1903. – 22.08.1989), koja je također 1983. kurirala izložbu Yves Saint Laurenta, prvog živog dizajnera koji je ikad dobio muzejsku izložbu.



Slika 17: Kreacije *Alexander McQueena*

Naziv izložbe: *Savage Beauty*

Kustos: *Andrew Bolton*

Termin izlaganja: 04.05.- 07.08.2011.

Naziv muzeja: *Metropolitan Museum of Art*

Grad: *New York*

Zemlja: SAD

Izvor: [posjećeno 16.01.2021.](#)

2010. godine je na središnjoj pozornici ponovno postavljena izložba kolekcije Saint Laurenta u 'Petit Palaisu' u Parizu i to nakon njegove smrti.

Dugovječnost dizajnera i modnih *brandova* ono je što nudi stalne mogućnosti za značajne događaje i manifestacije, a još jedan takav događaj je i revija Jean Paul Gaultiera pod nazivom

"Od modne piste do pločnika" , održana u muzeju likovnih umjetnosti u Montrealu. Revija je tada obilježila 35 godina kreativnog rada i doprinosa modi. Trideset i pet god nedovoljan je broj godina kako bi se kroz nečiji rad gledalo kroz prizmu povijesno utjecajnog no u svijetu mode koja je podložna čestim i naglim promjenama, trideset i pet godina može biti dovoljno za prikaz razvoja i propasti čitave jedne ere. Čak i više njih. Upravo je iz niza od nekoliko desetljeća aktivnog rada nekog dizajnera moguće kreirati dokumentarnu izložbu ako je taj isti dizajner utjecao na tijek povijesti mode i odijevanja. Nekada ne treba ni biti riječ o jednom dizajneru već o prolaznom trendu ili komadu odjeće koji se kroz određeno razdoblje provlačio u različitim oblicima. Primjeri takvih dokumentarnih tematskih izložbi bi bili *The Corset: Fashioning the body* (2000. god- FIT Museum) i *Extreme Beauty* (MET Museum) 2001. godine. U ovim se izložbama analizirao odnos tijela i odjevnih predmeta, a u ovom kontekstu valja spomenuti i izložbu 'Spectres: When fashion turns back' kustosice Judith Clark (Muzeju Victorije i Alberta).



Slika 18: Šeširi Stephena Jonesa

Naziv izložbe: *'Hats: An Anthology by Stephen Jones'*

Kustos: Oriole Cullen

Termin izlaganja: 24.2-31.5.2009.

Naziv muzeja: Victoria&Albert Museum

Grad: London

Zemlja: Velika Britanija

Izvor: [posjećeno 26.03.2021.](#)

Moglo bi se zaključiti kako se dokumentarnim modnim izložbama više bave povjesničari, a komercijalnim dizajneri. Dokumentarne modne izložbe zahtijevaju stručnost, znanje i povijesnu relevantnost dok komercijalne teže kreativnom izražavanju i visokom stupnju estetske atraktivnosti. Komercijalne izložbe nas možda više zabavljaju, ali nas dokumentarne educiraju, a uloga muzeja u društvu je, prema mišljenju mnogih, upravo educiranje posjetitelja o nekim prošlim vremenima. Debate koje se vode po pitanju uloge koju moda zauzima u muzeju još uvijek su aktualne, a kritičare je moguće naći u svim područjima djelovanja mode i muzeja.

Nathalie Bondil, francuska je i kanadska povjesničarka umjetnosti te kustosica. Obavljala je dužnost generalne direktorice i glavne kustosice muzeja likovnih umjetnosti u Montrealu od 2007. godine. Svoju je karijeru u muzeju započela 1999. godine te postala prva žena na funkciji direktorice muzeja. Njezin stav po pitanju izlaganja mode u muzeju je da izložba mora biti samostalno kurirana i financirana. Ona je također jedna od kustosa koji su popularizirali pojam gostujuće izložbe, koji nudi ogroman globalni domet. <<Primjerice, šeširi britanskog dizajnera Stephena Jonesa izloženi su 2009. godine u muzeju 'Victoria i Albert' u Londonu prije preseljenja u Brisbane u Australiji, a ista je izložba prezentirana u Istanbulu nakon čega je prebačena u modni muzeju u Antwerpenu (poznatijem kao MoMu)>>. ⁴⁴

⁴⁴Menkes, S. (2011)., *Gone Global: Fashion as art*, NYC: Special report fashion



Slika 19: Kreacije Yves Saint Laurenta

Naziv izložbe: *YVES SAINT LAURENT'S DIALOGUE WITH ART*

Kustos: *Florence Müller*

Termin izlaganja: Od veljače 2019.

Naziv muzeja: *The Yves Saint Laurent Museum*

Grad: Pariz

Zemlja: Francuska

Izvor: [posjećeno 03.01.2021.](#)

Gostujuće izložbe, koje mogu biti i komercijalnog i dokumentarnog karaktera način su da jedan svojevrsni spektakl bude predstavljen što većem broju posjetitelja bez obzira na teritorijalne barijere. S obzirom na veliku posjećenost takvih izložbi, čini se da moda uistinu igra važnu ulogu kao objekt u muzeju, no postoje li granice koje bi se trebale povući kada je riječ o ulasku suvremene mode u prostore muzeja?

Osim klasičnih modnih izložbi, veoma popularnim su se pokazale i suradnje različitih disciplina kao što su spajanje povijesti, mode i književnosti. Jedna takva izložba održana je u muzeju 'Pushkin' u Moskvi pod nazivom "Inspiration Dior" (2011.). Izložbu je postavila

Diorova modna kuća kako bi napravili paralelu između mode i moderne umjetnosti. Na isti način, Chanel je izložio svoju "Culture Chanel", modernističku izložbu koju su najprije predstavili u Šangaju (2011.), a potom premjestili u Peking (2011.).

Premda se može učiniti kako su takve izložbe osmišljene isključivo s ciljem promidžbe i kreiranja spektakularnog sadržaja koji bi privukao masovnu publiku, takve samostalno financirane izložbe ipak nisu isključivo promotivnog karaktera već imaju i svoju edukativnu svrhu s obzirom na to da upoznaju posjetitelja s poviješću branda i rukopisom modne kuće.

Sidney Toledano, predsjednica i izvršna direktorica Christian Dior-a objasnila je strategiju kod takvih izložbi, referirajući se i na suradnju modne kuće koju zastupa s kineskim umjetnicima u Pekingu i Šangaju.

„To je način pristupa nečijem dizajnu, stvaraocu, modnoj kući i njenoj povijesti i tisuće ljudi koji rado posjećuju modne izložbe smatraju kako je primjerice Dior bio umjetnik i da postoji način da se njegove haljine kontempliraju kao umjetnost.”

Muzejske modne izložbe, bile one komercijalne ili dokumentarne, samo su zrcalne slike onoga što se dogodilo s modom u ovom tisućljeću. Snagom strelovitog razvoja tehnologije te globalnim promjenama, moda se razvila od puke potrebe za pokrivanjem tijela do nove umjetničke grane i društvenog fenomena.

Da bi s vremenom moglo nastajati sve više modnih izložbi komercijalnog karaktera sasvim je logično jer tako izložena moda kontinuirano privlači široku publiku, pa i dizajneri sve više uviđaju važnost čuvanja vlastitih arhiva i već prezentiranih kolekcija. Primjerice, u relativno novom muzeju u Getariji (Španjolska), rodnom mjestu Cristóbal Balenciaga, haljine su povezane s njihovim izvornim vlasnicima, od kojih su neke bile izložene već prilikom svečanog otvorenja 2011. godine. Hubert de Givenchy, ‘sila’ koja stoji iza muzeja Balenciaga, proveo je desetljeće uvjeravajući dame koje u svojoj privatnoj kolekciji posjeduju komade *haute-couture* svečane odjeće da barem dio svoje kolekcije doniraju muzeju. Takva bi se praksa ipak mogla usporediti s onom koja se primjenjuje organiziranjem dokumentarnih izložbi. Premda je sadržajno komercijalna i privukla je masovnu publiku, za kolekcioniranje je bilo potrebno izvjesno vrijeme i trud.

Nešto drugačiji pristup prilikom organizacije modne izložbe izabrao je Hamish Bowles, koji je postavio izložbu Balenciaga u New Yorku (2011.), a potom i u muzeju de Young u San Franciscu (2012.). Naime, Bowles je imao omogućen pristup arhivi koju je koristio aktualni

dizajner Balenciage, Nicolas Ghesquière. Donacije vlasnica haljina nisu bile potrebne već je kolekcija bila izravno dostupna posredstvom dizajnera.

Zanimljivo je da prije tridesetak godina nije bila uobičajena praksa arhiviranja dijela modne zbirke. U jednom od intervjua za New York Times, Katell le Bourhis, koja je u suradnji s Dianom Vreeland sudjelovala u organizaciji izložbe Saint Laurenta iz 1983. godine, podijelila je svoja iskustva prilikom organiziranja izložbe kada joj je na raspolaganju bila dostupna svega jedna smeđa haljina od čipke. Upravo je takva nepogodna situacija nagnala Dianu Vreeland da se obrati ženama u Americi, potičući ih na doniranje haljina (1981.) čime bi uvelike potaknule razvoj muzeja, mode, ali i kulture.

Tek nakon takvog pothvata, Pierre Bergé, francuski industrijalist te dugogodišnji poslovni i životni partner Yves Saint Laurenta osnovao je 2002. godine arhivu, 'Yves Saint Laurent'. To razdoblje označava početak prihvaćanja mode kao ne samo dekorativne umjetnosti, već i dijela kulturne baštine.

Teško se oteti dojmu kao da se svi modni *brandovi* neprestano grade iz prošlosti, odnosno kao da inspiraciju za budući dizajn crpe iz nekih prošlih, zaboravljenih kolekcija, dok te zaboravljene kolekcije također održavaju na životu interpretirajući ih unutar prostora muzeja.

Još jedan od tematskih muzeja posvećenih jednom dizajneru je Gucci u Firenci (2011.), a Frida Giannini, dizajnerica Guccija, miješanje mode s muzealizacijom smatra sasvim prirodnom simbiozom.

U Firenci se također nalazi i Ferragamov muzej kao i onaj Giorgia Armanija. Italija je itekako svjesna utjecaja njihovih dizajnera na povijest mode i odijevanja pa ne čudi praksa neprestanog otvaranja novih tematskih muzeja kao i organiziranja privremenih muzejskih postava i izložbi. Godišnje se veliki prihodi ulažu u muzealizaciju mode kako posredstvom državnog proračuna tako i privatnim donacijama.

Izložba koja je možda najviše pokrenula polemike te izazvala brojne kontroverze bila je ona upravo Giorgia Armanija u muzeju Solomon R. Guggenheim u New Yorku 2000. godine jer je dizajner odlučio sam donirati odjevne predmete iz arhiviranih kolekcija. Pamela Golbin, glavna kustosica Les Arts Décoratifs u Parizu, tu izložbu smatra velikom promjenom u poimanju mode kroz muzejsku izložbu. Prema njezinom mišljenju, takvim se izložbama kroz stimuliranje vizualnog efekta samim izlaganjem povijesnih kolekcija uspijeva dočarati energija prošlosti.

Osim analize sadržajnih aspekata te podjela modnih izložbi, osvrnimo se i na pitanje sponzoriranja modnih izložbi.

Claire Wilcox, bivša kustosica u Victoria i Albert muzeju u Londonu, iza sebe posjeduje višegodišnje iskustvo u organizaciji modnih revija i izložbi, a godine istraživanja te povijesni pristup svakom novom modnom projektu učinio ju je kustosicom koja se podjednako bavila i konzerviranjem tekstila i inovacijama na tom polju. Također je kroz svoj rad bila usredotočena i na kataloge, slike i ostale dostupne vizualne prikaze kako bi mogla dosljedno i objektivno pristupiti nekim od "najljepših kolekcija na svijetu" te kako bi istinski mogla razumjeti rječnik dizajna. Za Claire Wilcox je objektivnost ključna", pogotovo sada kada dizajneri sve više znaju o povijesnoj baštini, crpeći inspiraciju iz nje prilikom stvaranja novog i inovativnog modnog dizajna.

Budući da se muzej fokusira na umjetnost i zanat, uloga kustosa je na objektivnan način pristupiti kolekciji te sagledati sve segmente koji bi kolekciju učinili živom.

Osim pitanja objektivnosti, važno pitanje je i sponzoriranje. Uz ograničena financijska sredstva za muzeje, održavanje modne izložbe bilo bi teško izvedivo bez vanjskih ulaganja. Saillard je jednom prilikom čak otvoreno izrazio negodovanje i frustriranost činjenicom da sponzori (bez obzira dolaze li iz područja mode ili umjetnosti) privlače uvijek ista velika muzejska imena te da takvom praksom, financijski dobro potkovani *brandovi* ne pokušavaju pomoći manjim muzejima u opstanku i razvoju uz popratno i nužno financiranje. Bez obzira na brojne kreativne umove koje ti manji muzeji posjeduju. Saillardovo negodovanje rezultiralo je ulaganjem elitnih skupina poput LVMH- Moët Hennessyja, Louis Vuittona i PPR-a u mnoge projekte muzealizacije mode, a ne samo u spektakularnu modu s modne piste.

Već spomenuta Nathalie Bondil, povjesničarka umjetnosti, kustosica te direktorica muzeja u Montrealu, iznimno je oprečnog mišljenja kada se postavlja pitanje o komercijalnim modnim izložbama smatrajući kako "muzej nije izlog."

"Neovisnost je ponekad skupa, ali sloboda je neprocjenjiva. Mrzim riječ blockbuster. Kako uopće možemo muzej u bilo kojem segmentu uspoređivati s kinom, kada mi pripadamo neovisnom krugu - ne Hoollywoodskom. Kada smo organizirali prvu retrospektivnu izložbu u San Franciscu i to onu Saint Laurenta, inzistirali smo na neovisnom kustosu i stručnjaku jer po mom mišljenju nije bilo moguće zamisliti objektivno prikazanu izložbu koja je izlagala sadržaj još uvijek aktualnog i aktivnog komercijalnog branda."

Iako Bondil smatra financiranje i općenito poticanje suradnji suvremene umjetnosti i mode s muzejima, diskutabilnima, mnogi kustosi i stručnjaci iz tog polja se nikako ne mogu složiti s njom, a među takvim istomišljenicima je i Kaat Debo, direktorica MoMu-a u Antwerpenu. Ona naime odbija gledati na sponzorstvo kao na moralni problem.

Smatra kako je suradnja u vidu sponzorstva zapravo nužna kako bi se projekt mogao adekvatno realizirati što ne znači da muzej prilikom ostvarivanja takve suradnje ne odlučuje o mnogim ključnim pitanjima. Pravovremeni dogovor o suradnji je ključ uspjeha. Što se tiče objektivnosti same izložbe, teško se osloniti na duboku kritičku procjenu pojedinca, sugerirajući da su najkreativnije godine slavnog dizajnera daleko iza, a sada je brand taj koji sponzorira tu istu izložbu. Mnogo je jednostavnije kada muzej posjeduje jasnu viziju o tome što bi trebao biti predmet modne izložbe.

Još jedno od pitanja koje je postavljeno od strane John E. Buchanana, direktora Muzeja likovnih umjetnosti u San Franciscu glasi ‘Može li modna izložba imati svoj povijesni akcent?’ Odgovor bi trebao biti potvrđan imamo li na umu mnogobrojne dokumentarne modne izložbe, muzejske stalne postavne sa zbirakama tekstila, odjeće, modnih dodataka prošlih vremena itd. Jedan od primjera dokumentarnih izložbi bila bi ona održana u Kimbell art muzeju gdje se rad Balenciage 2018. godine predstavio publici kroz kolekcionarski opus bivšeg urednika Voguea, Hemisha Bowlesa. <<Impresivnom kolekcijom od preko pedeset haljina gledatelji su imali priliku dobiti predodžbu o počecima rada slavnog dizajnera i prije modno-poslovnog uspjeha na globalnoj razini >>. ⁴⁵

Buchanan je također jedan od širitelja teze kako je modi u bilo kojem obliku uistinu mjesto u muzeju samim tim što se dizajner ne može nazivati nikako drugačije doli umjetnikom. Razmatrajući monografsku izložbu, prilikom svake potencijalne suradnje muzeja i dizajnera, potrebno je usmjeriti interes prema dizajneru koji je stvorio jedinstvenu viziju, siluetu, tehniku ili stil koji će se razlikovati od onih već viđenih. Opsežan opus koji nadahnjuje i utječe na uzastopne generacije dizajnera, segment je za kojim bi se trebali voditi kustosi prilikom odabira bilo kojeg dizajnera čije djelo i rad će biti izložen. Iz tog razloga bi bilo logičnije odabirati dizajnere koji su već postali dio povijesti . Možemo li uopće govoriti o bilo kakvoj objektivnosti ako se u projekt uključi živući dizajner, još je jedno od pitanja koje nam se nameće u ovom kontekstu.

⁴⁵ Kimbell art museum, Exhibition: Balenciaga in black , ([posjećeno: 22.07.2020.](#))

Kaat Debo, na čijim su izložbama u Antverpenu bile monografije o belgijskim dizajnerima Martinu Margieli i Veronique Branquinho, smatra vrlo važnim i korisnim da dizajner koji je stvarao kolekciju kasnije surađuje s kustosom prilikom organizacije izložbe te iste kolekcije.

Ipak, važna je uloga kustosa da pravovremeno preusmjeri tendenciju dizajnera da izloži svoje radove iz bliže prošlosti. Premda suradnja sa živim dizajnerom kojeg se odmah može pitati za savjet može imati prednosti prilikom stvaranja modne izložbe, objektivnost je ono čemu se prvenstveno nastoji težiti .

Rečenica koju bi svaki kustos volio čuti od dizajnera s kojim je pokrenuta suradnja zasigurno bi glasila ‘Vi ste kustos! Prilagodit ćemo se konceptu kojeg ste zamislili’. Problem je u tome što je tolika otvorenost prema kompromisima od strane dizajnera vrlo rijetka pa ne čudi da modne izložbe nailaze na ovoliko prepreka unatoč evidentnim podacima koji govore o neospornoj isplativosti ovakvih projekata .

Ranije je spomenuto kako postoji nekoliko dizajnera čije su modne kuće i *brandovi* još uvijek aktualni na tržištu, a ipak će se naći vrlo mali broj kustosa koji bi se usprotivili ustupanju muzejskog prostora takvim dizajnerima s obzirom na njihov utjecaj na razvoj mode te način na koji su utjecali na povijest mode i odijevanja.

Jedna od prvih i najvećih izložbi, posvećenih radu modnog dizajnera Alexandera McQueena, bila je ona otvorena 2015. godine u Victoria & Albert muzeju u Londonu. Velebnom izložbom naziva “Savage Beauty” pokušala se kroz zanimljiv i širok opus sažeti vizija rada slavnog dizajnera. Posjetitelji su imali prilike vidjeti radove s početka karijere, točnije od diplomskog rada 1992. god pa sve do posljednje, nažalost nedovršene kolekcije jesen/zima 2010. god. Sve je izložena na veoma dramatičan scenski način što je korespondiralo sa spektaklom za kojim su se vodile sve modne revije Alexandera McQueena.

Ne čudi upečatljiv trag koji je dizajner ostavio u svijetu mode dosljedno promovirajući slobodu mišljenja, izražavanja, zagovarajući pritom autoritet mašte.

Kroz jedinstvene metode krojenja, konstruiranja i rezanja materijala, izražavao je vlastitu originalnost pritom nepokolebljivo slijedeć nepresušnu inspiraciju. S obzirom na iznimno revolucionaran i inovativan princip rada, smatra se prototipom romantika čije se forme, nastale na početku karijere, nisu mnogo mijenjale tijekom daljnjeg stvaranja.

Ključnu ulogu u realizaciji ovog važnog projekta odigrali su Andrew Bolton, koji je u suradnji s Haroldom Kodom imao jasnu viziju kako bi izložba trebala izgledati. Odlučili su izložbu

podijeliti na nekoliko tematskih dijelova koji su prema stilu i kronologiji pratili i objašnjavali njegovo stvaralaštvo: "London", "A Romantic Mind", "A Gothic Mind", "Romantic Primitivism", "Romantic Nationalism", "Cabinet of Curiosities", "Romantic Exoticism", "Voss", "Romantic Naturalism" i "Plato's Atlantis".

Specifičnom strategijom prikaza 'McQueenove stvaralačke povijesti' nizali su se prikazi gotike, nacionalizma, egzotike, primitivizma i naturalizma referirajući se na potrebu stavljanja odjeće u kontekst društvene povijesti i obrazovanja te na "predstavljanje kostima kao žive umjetnosti". Kostimografski institut u Metropolitan muzeju u New Yorku je 2011. god organizirao originalnu verziju izložbe s veoma uspješnim ishodom s obzirom na to da je ista te godine bila uvrštena na popis deset najposjećenijih muzejskih izložbi.

Andrew Bolton zagovornik je mišljenja kako muzejski kriterij za monografsku izložbu, poput onih posvećenih Paulu Poiretu, Chanelu ili McQueenu, jest je li dizajner "promijenio tijek povijesti mode" .

Da se s trendom modnih izložbi, pogotovo živućih dizajnera ne slažu ne samo kustosi već i mnoge individue koje djeluju na području mode, pokazala je modna novinarka Suzy Menkes 2007. god objavivši otvorenu kritiku u časopisu New York Timesu.

<<Možda je vrijeme da se vratimo povijesnom pristupu i da se usudimo biti didaktični, tako da moda u muzeju bude manje veličanje pojedinog dizajnera, a više prilika za učenje. Ukoliko podršku ne dobiju u samom muzeju dizajneri će lako pronaći izložbeni prostor i ukrotiti kustosa koji će izložbi dati kulturni sjaj. Na taj način izložba postaje proizvodnja ispraznosti, prilika za samosponsoriranje, a čak je i "arhivska" odjeća na takvim izložbama remake.>>⁴⁶

Kritika slične prirode objavljena je i 2015. god u časopisu The Guardian gdje se kolumnistica navedenog časopisa Rachel Cooke osvrnula na nedovoljno dobro osmišljen koncept na izložbi rada Alexandera McQueena, 'Savage Beauty' u Londonu 2015. godine.

⁴⁶Menkes, S. (2007.), Museum integrity vs. designer flash, NYC: Special report fashion.



Slika 20: Izložba Alexander McQueena

Naziv izložbe: Savage Beauty

Kustosi: Andrew Bolton i Harold Koda

Termin izlaganja: 14.03.2015. - 02.08.2015.

Naziv muzeja: Victoria & Albert Museum

Grad: London

Zemlja: Velika Britanija

Izvor: [posjećeno 29.04.2021.](#)



Slika 21: Izložba Alexander McQueena

Naziv izložbe: Savage Beauty

Kustosi: Andrew Bolton i Harold Koda

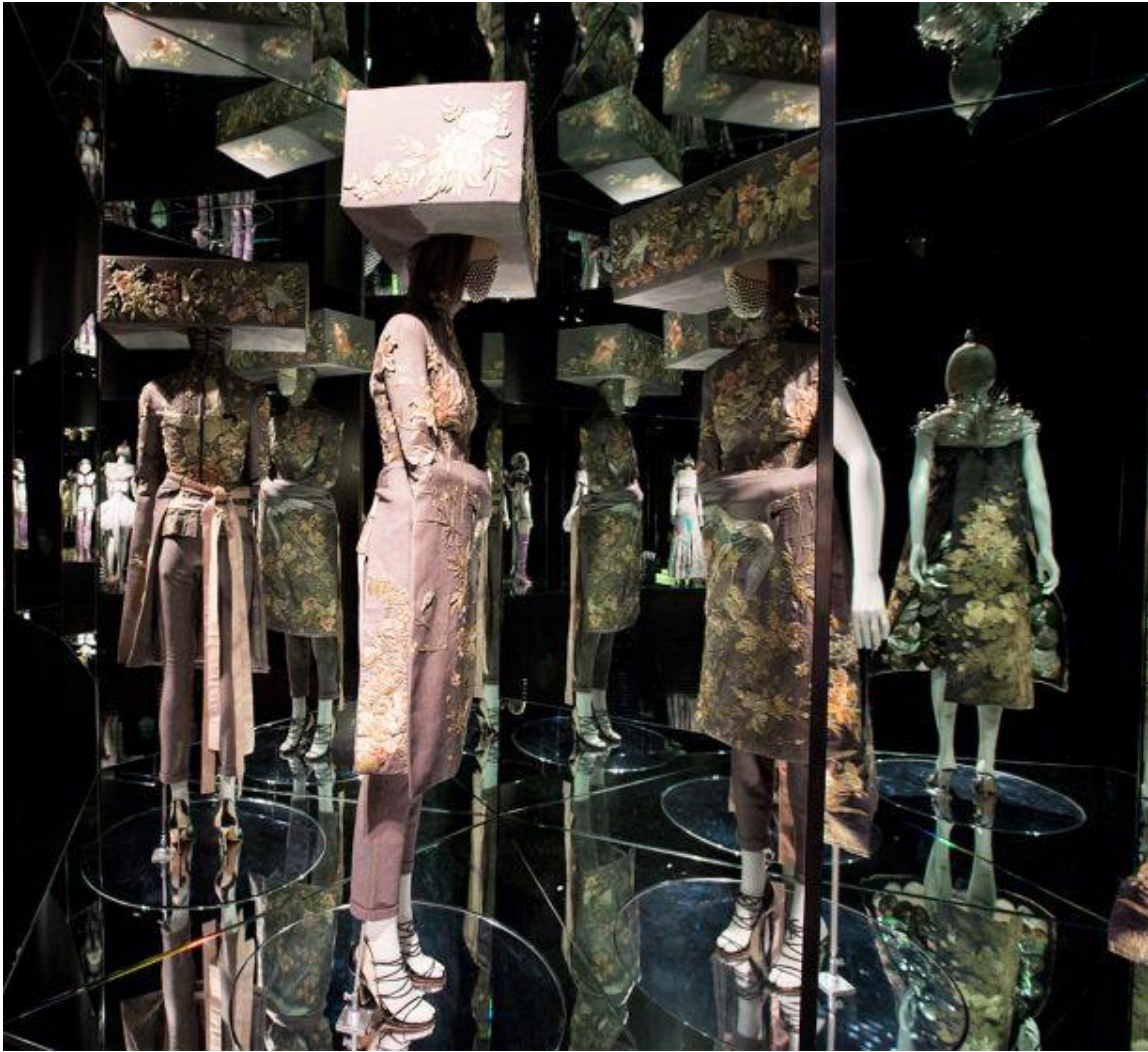
Termin izlaganja: 14.03.2015. - 02.08.2015.

Naziv muzeja: Victoria & Albert Museum

Grad: London

Zemlja: Velika Britanija

Izvor: [posjećeno 29.04.2021.](#)



Slika 22: Izložba Alexander McQueena

Naziv izložbe: Savage Beauty

Kustosi: Andrew Bolton i Harold Koda

Termin izlaganja: 14.03.2015. - 02.08.2015.

Naziv muzeja: Victoria & Albert Museum

Grad: London

Zemlja: Velika Britanija

Izvor: [posjećeno 29.04.2021.](#)

Kritizirala je mnoštvo loše izvedenih elemenata u dizajnu izložbe te zaključila:

<<Ako namjeravate intelektualizirati modu — ako mislite da je zaista dostojna muzejskog prostora — onda barem odradite posao kako treba>> .⁴⁷

Unatoč lošim kritikama relevantnih autoriteta iz svijeta mode, upravo je izložba ‘Savage beauty’ proglašena najposjećenijom modnom izložbom u Londonu. Posjetilo ju je gotovo pola milijuna ljudi, a čitav projekt je koštao tri milijuna funti.



Slika 23: Izložba Alexander McQueena

Naziv izložbe: Savage Beauty

Kustosi: Andrew Bolton i Harold Koda

Termin izlaganja: 14.03.2015. - 02.08.2015.

Naziv muzeja: Victoria & Albert Museum

Grad: London

Zemlja: Velika Britanija

Izvor: [posjećeno 29.04.2021.](#)

⁴⁷Cooke, R., Alexander McQueen: Savage Beauty review, The Guardian, 2015. ([posjećeno: 02.02.2021.](#))

5. Moda u muzejima Hrvatske



Slika 24: sako s motivom stripa

Naziv izložbe: „Moda i strip“

Kustos: Marijana Paula Ferenčić

Termin izlaganja: 27.04.2021.-16.06.2021.

Naziv muzeja: Muzej grada Rijeke

Grad: Rijeka

Zemlja: Republika Hrvatska

Izvor: [posjećeno 01.04.2021.](#)

Tematika muzealizacije mode u Hrvatskoj detaljno je prikazana u zborniku ‘Muzealizacija mode – počeci i izazovi na prostoru Slovenije, Hrvatske i Srbije’ gdje je niz autora pomnom analizom predočio transformaciju načina izlaganja tekstila u Hrvatskoj iz povijesnog u komercijalno. Kao i u ostatku svijeta, i u Hrvatskoj se posljednjih nekoliko desetljeća modu

počelo smatrati <<važnim čimbenikom u poticaju posjetitelja da muzej prepoznaju kao zanimljiv interaktivan prostor novih sadržaja i aktivnosti.>>⁴⁸

Tek osamdesetih godina dolazi do strelovitog razvoja muzealizacije mode u Hrvatskoj.

<<Pri tome se pojam moda primjenjuje na odjevne predmete koje je velik broj ljudi nosio u određenom vremenu te ih se vrednuje i interpretira kao izraz određenog društva i/ili kulture. Do pojave osnivanja specijaliziranih muzeja mode ili do formiranja zbirki mode u općim, umjetničkim i muzejima primijenjene umjetnosti, odjevni predmeti bili su tretirani kao umjetnički predmeti ili predmeti primijenjene umjetnosti, obrta i dizajna te su za njihovu valorizaciju primjenjivane iste metodološke i znanstvene paradigme kao i za predmete lijepih i primijenjenih umjetnosti. >>⁴⁹

⁴⁸Simončić, K. N., Muzealizacija mode: Počeci i izazovi na prostoru Slovenije, Hrvatske i Srbije, ur. Simončić, K. N., Tekstilno-tehnološki fakultet, Zagreb 2020:15.

⁴⁹Simončić, K. N., Muzealizacija mode: Počeci i izazovi na prostoru Slovenije, Hrvatske i Srbije, ur. Simončić, K. N., Tekstilno-tehnološki fakultet, Zagreb 2020:27.



Slika 25: Izložba mode 60ih godina

Naziv izložbe: Moda i odijevanje u Zagrebu 1960-ih

Kustos: Maja Arčabić

Termin izlaganja: 26.02.2019.-27.06.2019.

Naziv muzeja: Muzej grada Zagreba

Grad: Zagreb

Zemlja: Republika Hrvatska

Izvor: [posjećeno 30.04.2021.](#)

Iz tog razloga sve se više razmatra realizacija inicijative kojom bi se osnovao specijalizirani muzej namijenjen isključivo modi. Takav bi muzej bio usmjeren na modne artefakte, a sve stalne i gostujuće postavbe bile bi modne tematike. Također, unutar institucije bi se po uzoru na svjetske modne muzeje mogao pokrenuti studijski program i modni institut.

1880. god osnovan je Muzej za umjetnost i obrt u Zagrebu i tada je od šest izloženih zbirki jedna obuhvaćala tekstil i odjevne predmete. Riječ je bila o narodnim vezivima i tkaninama iz 1882. god, a svi predmeti bili su dio zbirke pod nazivom 'Zbirka starih i novijih čipaka, gumbarskih radnja i drugo'. Zbirke su se tada temeljile na etnografskom tekstilu i predmetima: <<starije i novije domaće i strane tkanine, ćilimi, odijela, veziva, čipke, pletiva>>⁵⁰

Najstariji predmeti u zbirci potjecali su iz 18. st, a do kraja pedesetih godina dvadesetog stoljeća zbirkom tekstila je dominirala odjeća iz 19. st dok je šezdesetih to bila moda ratnih razdoblja.

U šezdesetima se također uvode noviteti u sakupljačkoj politici zahvaljujući ondašnjoj kustosici zbirke tekstila Vandi Pavelić-Weinert. Ona počinje s nabavom odjeće posredstvom tekstilne industrije, tada aktualnih tekstilnih tvrtki i pogona za tekstilnu proizvodnju. Do početka dvadesetog stoljeća kustoska se praksa i politika sakupljanja odjernih predmeta nije znatno mijenjala, a zbirke su se pretežito obogaćivale odjećom iz 19. st i s početka 20.st.

21.stoljeće donosi promjene potaknute društvenim okolnostima pa tako dolazi do privatizacije te propadanja hrvatske tekstilne industrije. Istovremeno, jača hrvatska modna scena i sve više mladih kreativaca pokreće vlastite tekstilne obrte i tvrtke koji se s vremenom uspijevaju nametnuti kao prepoznatljivi modni *brandovi* u Hrvatskoj i šire.

Potaknuti takvim društvenim pojavama, kustosi iz Muzeja za umjetnost i obrt usmjeravaju svoju sakupljačku i izlagačku praksu ka kreiranju i organiziranju tematskih modnih izložbi u svojim prostorima. Prva izložba odjernih predmeta, naziva 'Oblici odjeće od antike do početka XX. stoljeća' izložena je u Muzeju za umjetnost i obrt 1952. godine pod autorskom palicom kustosice Vande Pavelić-Weinert.

Promjene u pristupu proučavanja odjeće u velikoj se mjeri događaju šezdesetih godina dvadesetog stoljeća i tada se pojam 'moda' počinje upotrebljavati u nazivima izložbi. Prva takva izložba održana je 1966. godine u Muzeju za umjetnost i obrt, a nazvana je 'Moda od fin de siecle do charlestona'. Kustosica je također bila već spomenuta Vanda Pavelić-Weinert. Izložba je modi pristupila iz više aspekata. Naime, modu se gleda kroz niz kompleksnih promjena u navikama i načinu odijevanja ljudi što je povezano s njihovom unutrašnjošću (psihom) i vanjštinom (odjećom). Pojam mode povezuje ova dva pravca nudeći čovjeku mogućnost da odijevanjem prezentira sebe. Cilj ove izložbe bio je predočiti tijek promjena u

⁵⁰Klobučar, A., Muzealizacija mode: Počeci i izazovi na prostoru Slovenije, Hrvatske i Srbije, ur. Simončić, K. N., Tekstilno-tehnološki fakultet, Zagreb 2020:43.

načinu konstrukcije i kreiranja odjeće te povezati modu s drugim granama umjetnosti toga vremena. Osim uvođenja pojma mode, ova izložba je također donijela novitet izlaganja kroz prezentaciju odjeće s početka dvadesetog stoljeća kao povijesno relevantne čime su pomaknute granice vrednovanja povijesne odjeće.

Muzej za umjetnost i obrt od početka svog djelovanja slijedi trendove u muzeološkim strategijama i principima kolekcioniranja odjeće i tekstila te načine izlaganja mode po uzoru na europske i svjetske muzeje te vrste.

Upravo je zbirka tekstila i odjeće u muzeju jedna od najbrojnijih i najkompleksnijih zbirki u muzeju. Bogati fundus čine odjevni predmeti koji datiraju od početka 18. stoljeća pa sve do 2014. god., a radi impresivne zbirke tekstila Muzej za umjetnost i obrt se pozicionirao kao referentno mjesto za istraživanje mode kao društveno-kulturnog fenomena te povijesti odijevanja na našim prostorima.

Ivana Štager, kustosica Gradskog muzeja Varaždin, 1986. godine je povodom pedesete godišnjice od osnutka Varteksa kurirala izložbu pod nazivom 'Veliki štrajk u Tivaru 1936. god.' <<Od odjevnih predmeta u Zbirci militarije bile su inventarizirane uniforme JNA, Hrvatskog ratnog zrakoplovstva te uniforme Hrvatske vojske.>>⁵¹

Predmeti su tada sakupljeni i objedinjeni različitim kustoskim praksama. Dok je jedan dio preuzet direktno iz obrtničkih radiona i šivaona Varteksovih tkanina, drugi dio je nastao iz privatnih donacija.

Prateći dinamiku organiziranja modnih izložbi na ovim prostorima, u posljednjih desetak godina jasno je vidljivo kako je broj modnih izložbi na godišnjoj razini uistinu mali, a tematske se modne izložbe publici predstavljaju tek jednom godišnje, ako i toliko. U daljnjem tekstu će biti riječ o modnim izložbama suvremenog karaktera na ovim prostorima koje su se istaknule inovativnim sadržajem te umjesto povijesnog pregleda odijevanja pred publiku stavili koncept koji bi ih nagnao na promišljanje o modi kao društvenom fenomenu.

15. svibnja. 2015. god u Galeriji Multimedijalnog kulturnog centra u Splitu je otvorena izložba 'Imagination / Odjeća, tekstil, maska i kostim kao tema i medij u suvremenoj umjetnosti', kustosice Silve Kalčić. Izložba radova iz različitih područja suvremene umjetnosti koje su u svojim izvedbama koristile tekstilni materijal predstavila je modnu, anti-modnu te ready-made

⁵¹Težak, S., Muzealizacija mode: Počeci i izazovi na prostoru Slovenije, Hrvatske i Srbije, ur. Simončić, K. N., Tekstilno-tehnološki fakultet, Zagreb 2020:175.

odjeću i kostime kao načine prikaza negacije identiteta. Dizajneri izloženih artefakata <<prisvajaju modne strategije poput omatanja, nabiranja, *catwalka*, samoprezentacije i komunikacijskog jezika mode.>>⁵²

Nazivom izložbe se željelo asociirati na propalu hrvatsku modnu industriju te nemogućnost rada i razvoja mladih dizajnera, pa iz položaja tekstilne industrije možemo zaključiti i kakav je status muzealizacije mode. Ovom izložbom se također ne postavlja samo pitanje odnosa umjetnosti i dizajna, mode i tržišta već i odnosa medija izložbe i gledatelja.



Slika 26: Rad Matije Čopa

Naziv izložbe: 'Imagination/ Odjeća, maska i kostim kao medij u suvremenoj umjetnosti'

Kustos: Silva Kalčić

Termin izlaganja: 15.05.2015.-20.08.2015.

Naziv muzeja: *Galerija Multimedijalnog kulturnog centra Split*

Grad: Split

Zemlja: Republika Hrvatska

Izvor: [posjećeno 30.04.2021.](#)

⁵² Odjeća, maska i kostim kao medij u suvremenoj umjetnosti, Crompta, Zagreb, 2015., ([posjećeno: 17.03.2021.](#))

Još jedna izložba modnog dizajna važna spomena otvorena je 10. ožujka. 2016. god u Galeriji ULPUH, pod nazivom 'Past... at last', autorice Tihane Mikše Perković.

Autorica je u procesu stvaranja suvremene odjeće inspiraciju tražila u povijesnim razdobljima, jednako kao i u suvremenosti i kontinuitetu života. Nadahnuta narodnim nošnjama hrvatskih krajeva, dizajnerica je svoje kreacije interpretirala u suvremenom duhu, koristeći suvremene tehnike obrade tekstila.

"Teško je danas, u identitetski fluidnom i razmravljenom svijetu, kreirati odjeću koja će biti više od nečijeg subjektivnog hira, koja će moći pretendirati na nekakvo, ma koliko kratko, trajanje. Možda to više i nije važno, ali do vrijednosti nam je ipak uvijek stalo, do nečeg što nadilazi naše puko bivanje ovdje i sada, pa i kad je u pitanju odijevanje. Čime zaodijevamo svoje tijelo, kako se pojavljujemo pred drugima i što na taj način komuniciramo, do toga će nam biti stalo dokle god ćemo ovaj svijet dijeliti s drugima."

Ovim nam je riječima autorica ukazala na sve aspekte mode zbog kojih ona u društvu zauzima važno mjesto i kroz stoljeća se iz 'puke potrebe za pokrivanjem tijela' afirmirala u društveni fenomen i pokazatelj socijalnog statusa, prestiža, senzibiliteta pojedinaca. Postala je način prezentacije i komunikacije te postala neizostavan aspekt kako sadašnjosti i svakodnevice, tako i prošlosti.

Kao umjetnica postmodernizma, kreirala je jedinstveni modni izraz uzimajući elemente povijesti i sadašnjosti, a upravo ovaj primjer izložbe je prezentiran u ovom radu kako bi se ukazalo na vezu koju suvremena moda održava s povijesnom odjećom te kao takva može biti relevantan artefakt u prostoru muzeja.



Slika 27: Fotografija: Vanja Solin

Naziv izložbe: 'Past... at last'

Kustos: Maša Štrbac

Termin izlaganja: 10.03.2016.-20.05.2016.

Naziv muzeja: *Galerija ULUPUH*

Grad: Zagreb

Zemlja: Republika Hrvatska

Izvor: [posjećeno 30.04.2021.](#)

Kao treći primjer izdvojena je izložba 'Materijal i forma - tekstil na novim granicama', otvorena 4. listopada 2016. god u Gradskom muzeju u Vukovaru.

U izložbi se kroz radove više autora analizirao odnos između materijala i forme unutar oblikovanja tekstila. Dizajnu se pristupilo na inovativan način upotrebom novih tekstilnih materijala te mimikrijom materijala. Na ovom primjeru vidljivo je na koji način se suvremena moda 'provukla' u muzealizaciji mode ovih prostora. Publici je predstavljeno kako se sve mogu oblikovati te dizajnirati materijali te stvaraju li novi, još nedovoljno istraženi materijali otpor dizajnerovoj ideji zbog čega se kreativni postupak podvrgava samom materijalu. Edukativan aspekt ove izložbe usmjeren je na pojam mimikrije, kada jedan materijal oponaša drugi.

Izložba je ne samo educirala posjetitelje već i postigla moment iznenađenja predstavivši masivne instalacije od teškog tkanja koje se doživljavaju poput zidova, što je u potpunoj suprotnosti s fleksibilnošću kao jednom od primarnih karakteristika tekstila.

Moda je na primjeru ove izložbe elaborirana kroz različite elemente primijenjenih umjetnosti, ukazujući na koji način suvremena moda može biti obrađena te predstavljena u prostoru muzeja, unatoč izostanku njezine uloge u povijesti odijevanja.



Slika 28: Rad Hlupić-Krpan

Naziv izložbe: 'Materijal i forma - tekstil na novim granicama'

Kustos: Nikola Albaneža

Termin izlaganja: 04.10.2016.-15.12.2016.

Naziv muzeja: *Gradski Muzej*

Grad: Vukovar

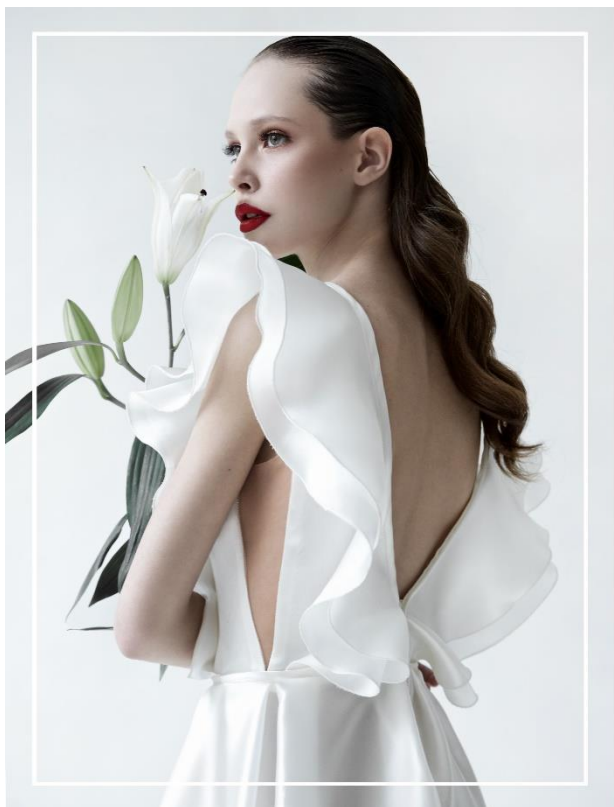
Zemlja: Republika Hrvatska

Izvor: [posjećeno 30.04.2021.](#)

Premda je nabrojano nekoliko primjera uspješnih modnih izložbi na ovim prostorima, muzealizacija mode u Hrvatskoj se još uvijek ne može smatrati plodnim područjem. Broj izložbi vezanih uz modu, bilo suvremenu ili povijesnu, na godišnjoj razini je još uvijek malen, a na sljedećem primjeru ćemo uvidjeti i nedovoljna financijska sredstva koja se ulažu u takve projekte.

ENVY room u Muzeju za Umjetnost i obrt

Prošlo je više od petnaest godina otkako je modni dvojac, poznat pod nazivom eNVy room, zakoračio na tlo hrvatske modne scene. Od samog početka su vješto manevrirali nepredvidljivim putevima prepunih izazovima i preprekama koji se mogu naći ispred svakog mladog modnog dizajnera u usponu. Nikada nisu odustajali od vlastite vizije te su beskompromisno gradili vlastiti estetski izričaj. Kao što je svojstveno svijetu mode, s godinama su se mijenjala ‘modna pravila’, nametale nove barijere i trendovi, a dvojac je, ne ispuštajući iz vida okolnosti, težio zadovoljavanju potreba žena za koje su stvarali. Brand je ujedno išao u korak s vremenom, ali i oblikovao trend kroz vlastitu modnu viziju. Oduvijek su propagirali viziju nepretenciozne, jednostavne i cjenovno prihvatljive mode nudeći širok spektar krojeva i stilova kojima su proteklih godina oduševljavali žene različitih ukusa. Za svaku svečanu prigodu, klijentice su unutar modnog opusa eNVy room-a mogle pronaći prikladnu toaletu.



Slika 29: eNVy room *bridal* kolekcija proljeće/ljeto 2018. (izvor: [posjećeno 20.04.2021.](#))

Ne čudi da danas dizajnere Nikicu Ivančevića i Vjeku Franetovića držimo jednim od najuspješnijih modnih kuća ovih prostora s obzirom na to da su unatoč promjenjivim i nepredvidivim vremenima nastavili u kontinuitetu spretno usmjeravati vizije s ciljem rasta i razvoja njihovog modnog branda. Do danas su ostali vjerni svojim prepoznatljivim siluetama, nudeći svakom novom kolekcijom modna rješenja protkana praktičnošću i elegancijom. Vješto su balansirali između klasičnog poimanja ženske haljine i suvremenog eksperimentiranja u dizajnu pa su voluminozne haljine s decentnim detaljima, atipični modeli poput kombinezona, vjenčаницe izrađene od netipičnih materijala postali prepoznatljivi elementi modnih kolekcija eNVy room-a. Također, dodatno su akcentirali ideju odmaka od klasike i tradicije svakom novom kolekcijom. Kao što je već rečeno, modna kuća je svakako pratila trendove, ali ih je na neki način i oblikovala. Neki od komada odjeće svojstvenih za ovaj brand postali su kombinezoni s pojasom u obliku predimenzionirane mašne, svilene slip haljine, rezane oko polovice lista, ženska odijela strogih linija te vjenčаницe asimetričnih krojeva.



Slika 30: Izložba haljina eNVy room-a

Naziv izložbe: Posveta ženstvenosti

Kustos: Andrea Klobučar

Termin izlaganja: 28.10.2019.-17.11.2019.

Naziv muzeja: Muzej za umjetnost i obrt

Grad: Zagreb

Zemlja: Republika Hrvatska

Izvor: [posjećeno 03.03.2021.](#)



Slika 31: Izložba haljina eNVy room-a

Naziv izložbe: Posveta ženstvenosti

Kustos: Andrea Klobučar

Termin izlaganja: 28.10.2019.-17.11.2019.

Naziv muzeja: Muzej za umjetnost i obrt

Grad: Zagreb

Zemlja: Republika Hrvatska

Izvor: [posjećeno 03.03.2021.](#)

Nosivost, jednostavnost, elegancija te ženstvenost samo su neke od riječi kojima bismo mogli opisati rad eNVy room-a. Svoj su dugogodišnji rad te doprinos hrvatskoj modi proslavili 14. listopada. 2019. god u zagrebačkom Muzeju za umjetnost i obrt, kada je održana slavljenička revija s prepoznatljivim elementima, glamura, ženstvenosti i bezvremenske elegancije. Modnom revijom su tada proslavili petnaest godina rada i doprinosa modnoj sceni u Hrvatskoj. Nedugo zatim, točnije 28. listopada, također u Muzeju za umjetnost i obrt, dizajnerski dvojac je svoju veliku obljetnicu obilježio otvaranjem modne izložbe pod nazivom “Posveta ženstvenosti”. Premda navedena izložba prije realizacije projekta nije bila zamišljena kao retrospektiva rada Nikice Ivančevića i Vjeko Franetovića, mnoštvo pomno selektiranih

odjevnih predmeta, pretežito haljina, posjetiteljima su pružili bogat uvid u dizajnerski opus jedinstvenog i prepoznatljivog kreatorskog rukopisa koji je godinama rastao i razvijao se pod imenom branda eNVy room. U sklopu prolazne postave muzeja, posjetioци su mogli vidjeti same početke stvaralaštva od prve prikazane revije iz 2004. god do danas.



Slika 32: Izložba haljina eNVy room-a

Naziv izložbe: Posveta ženstvenosti

Kustos: Andrea Klobučar

Termin izlaganja: 28.10.2019.-17.11.2019.

Naziv muzeja: Muzej za umjetnost i obrt

Grad: Zagreb

Zemlja: Republika Hrvatska

Izvor: [posjećeno 03.03.2021.](#)

Kao što gotovo svaki suvremeni dizajner nadahnuće za svoje nove kolekcije pronalazi u nekim prošlim vremenima, tako je i ovaj modni dvojac inspiraciju crpio iz različitih modnih era, a uvijek su težili stvaranju odjeće bezvremenske ljepote i elegancije, imajući na umu žensku snagu i senzualnost.

Riječ 'ženstvenost' ono je za čime su se dizajneri vodili tijekom dugogodišnjeg stvaralaštva gradeći vlastiti prepoznatljiv rukopis i autentičnu estetiku. Iza sebe su ostavili niz modnih priča, prezentiranih u sklopu brojnih modnih revija, a publiku su osvajali ne samo glamuroznim 'custom made' haljinama već nešto kasnije i atipičnim vjenčanicama koje su vrlo brzo postale veoma 'tražena roba' na tržištu.

Naime, prva kolekcija vjenčanica nastala je 2012. god, a elegancijom i jednostavnošću silueta i krojeva vrlo su brzo uspjeli osvojiti buduće mladenke diljem regije te se nametnuti kao jedan od *brandova* za koji se žene najčešće odlučuju prilikom izbora vjenčanice. Čak su i u svojim bridal kolekcijama zadržali elemente autentičnog potpisa poput predimenzionirane mašne, čipkastih detalja, laganih volana, prepoznatljivih ovratnika, uz detalje senzualnih proreza i nabora. Modna je izložba "Posveta ženstvenosti" te dvadeset i osam modnih eksponata, tada pružila posjetiteljima jedinstven pogled na petnaest godina stvaranja kroz veličanje ženske ljepote i senzualnosti.

Osim odabranih modela vjenčanica iz 'bridal kolekcija', kreacija s početka stvaralaštva te niza komada prikazanih na samostalnim revijama ili modnim događajima poput Fashion.hr i Fashion week-a Zagreb, na izložbi su se mogle vidjeti i u medijima već viđene 'custom made' kreacije za javne osobe i važne manifestacije poput haljine koju je na koncertu u Lisinskom nosila pjevačica Nina Badrić ili one u kojoj je, na Euroviziji 2018. u Lisabonu, Hrvatsku predstavljala Franka Batelić. Sve su te izložene kreacije poslužile kao svojevrsni modni vremeplov koji je posjetitelje upoznao s karakterističnim kreacijama eNVy room-a te im predočio petnaest godina iznimno plodnog i uspješnog rada.

Valja spomenuti i kako je to bio jedinstven događaj na ovim prostorima, s dozom spektakla u kojem je ostvarena suradnja između jedne visoko kulturno-umjetničke institucije te modnog branda. S obzirom na zavidnu medijsku popraćenost, ali i očekivano posredovanje sponzora poput zlatarnice ZAKS, HP-a i tvrtke Korlat, ne čudi polemiziranje o tome je li muzej prikladno mjesto za promociju aktualne modne kuće i koliko takav događaj može poslužiti kao uspješan kanal za promicanje određenog stila ili trenda.

Kako bih dobila odgovor na nekoliko pitanja vezanih uz ovu tematiku, odlučila sam direktno stupiti u kontakt s modnom kućom. Srećom, oni su objeručke pristali odgovoriti na sva moja pitanja, osvrnuvši se usput i na generalan problem kojeg velik broj kustosa ima kada je riječ o suradnji muzeja i modnog branda. Razgovor se održao 28. travnja 2020. godine u online obliku, pismenim putem elektroničkom poštom te je postavljeno sedam pitanja. Na pitanje kako im se pružila prilika (ili odakle ideja) da izlože svoj dugogodišnji rad upravo u muzeju, Nikica Ivančević odgovara:

“Prošle smo godine obilježavali 15 godina rada pa smo željeli tu godišnjicu obilježiti osim samom revijom i izložbom. Revija je prikazala novu kolekciju, dok je izložba bila zamišljena kao izbor iz 15 godina rada, a po izboru kustosice odjeće Andree Klobučar.

To je naša treća izložba kroz naše postojanje. Mišljenja smo da je u muzejima itekako mjesto modnom dizajnu.”

Moje sljedeće pitanje glasillo je: „Otvaranje vaše izložbe je bio prvi ‘muzejski event’ koji je popraćen velikim brojem mainstream medija i posjetiteljima iz javnog života. Je li vam takva medijska popraćenost pomogla u daljnjoj prodaji i popularizaciji samog branda?”, na što je uslijedio odgovor:

„Naša sva predstavljanja izuzetno su dobro medijski praćena. Tako je bilo i s izložbom. Vjerujemo da je za prepoznatljivost modne marke važno više elementa koji u sinergiji daju najbolji učinak. To su i modne revije i izložbe, ali jednako tako društvene mreže, gostovanja u tematskim TV emisijama, suradnja s poznatim osobama iz javnog života. Nikada nakon revija ne bilježimo ogroman porast potražnje, ali smatramo da bi potražnja pala ako ne bi stalno bili prisutni na svim medijskim i reklamnim razinama.”

Kako bih dokučila financijsku isplativost za dizajnera (ali i muzej) koja bi trebala uslijediti realizacijom ovakve suradnje, pitala sam je li općenito nakon te izložbe primijećen pozitivan trend u poslovanju te znatan napredak u prodaji, no odgovor je podrazumijevao negaciju iz više razloga i nepredviđenih okolnosti na koje ni muzej ni dizajner nisu mogli utjecati.

„Izložbu smo radili u vrijeme kada nama nije prodajna sezona, a nedugo nakon je počelo i potpuno zatvaranje gospodarstva pa je gotovo nemoguće bilo imati ikakvu prodaju.”

Razgovor sam zaključila osvrtanjem na generalnu situaciju u svijetu kada je riječ o polemiziranju o dostatnosti suradnje između muzeja i modne kuće upitavši smatraju li općenito da je suvremenoj modi ‘mjesto u muzeju’ te da bi i drugi muzeji kao i druge modne kuće kod

nas trebale slijediti primjer suradnje njih i Muzeja za umjetnost i obrt na što sam dobila sasvim jasan odgovor kako

“Mi vjerujemo da je modi svakako mjesto i u muzeju. Uostalom i svjetski modni dizajneri su u muzejima diljem svijeta.”

Što se tiče financijske organizacije, taj dio odgovornosti je pripao isključivo dizajnerima. Takva je informacija potkrijepila tezu s početka poglavlja o nedovoljnim financijskim sredstvima koje se ulažu u organizaciju i realizaciju modnih izložbi unatoč činjenicama kako moda u svim svojim oblicima zaslužuje mnogo veću pažnju i zastupljenost na području muzeja.

Kako bih čula mišljenje i od osobe koja nije bila direktno uključena u ovaj projekt, ali je svakako upoznata s praksom muzeja te problematikom spajanja mode i muzeja, intervjuirala sam Vesnu Zorić, kustosicu Zbirke suvremene odjeće te Zbirke narodnih nošnji naroda Europe Etnografskog muzeja u Zagrebu. Razgovor je održan 10. svibnja 2020. god telefonskim putem, kada je postavljeno svega pet pitanja o danoj problematici, a konverzacija je trajala svega dvadesetak minuta.

Na pitanje je li suvremenoj modi mjesto u muzeju, kustosica najprije zastaje bez jasnog i odlučnog odgovora, no zaključuje kako prema njezinom mišljenju, modi svakako je mjesto u muzeju. Ipak, suvremena moda je nešto oko čega je vrlo teško odrediti jedinstveno stajalište. Muzej bi svakako trebao biti mjesto izlaganje nečeg povijesno relevantnog, ali ne možemo zanemariti tisuće primjera koji ukazuju na to koliko se muzejska praksa promijenila pa tako i rad i razmišljanje kustosa.

Treba li postojati poseban muzej za izlaganja poput onih o kojima je riječ kroz čitav ovaj diplomski rad te je li uopće primjereno da aktualni dizajneri imaju svoje izložbe, također je teško odgovoriti preciznim stajalištem, no ponekad je i suradnja te spoj nespojivog odličan recept za uspješan projekt. To nas dovodi do pitanja nameću li se tako trendovi i izvlači obostrana financijska korist? Kustosica Zorić ne smatra da takvim suradnjama može doći do izravnog nametanja modnog trenda, ali svakako može skrenuti pozornost promatrača na određeni estetski izričaj koji je izložen. Uvjerena je kako bi i drugi muzeji (kojima bi se to naravno uklapalo u cjelokupan koncept) trebali slijediti primjer suradnje Muzeja za umjetnost i obrt te modne kuće Envy room. Suradnje su poput simbioze-suživot dvaju organizama od kojih oboje imaju korist.

Kustosica Vesna Zorić za kraj je spomenula i primjer uspješne suradnje između zaljubljenice u modu i kolekcionarke te muzeja kako bi mi ukazala na činjenicu da se način rada i funkcioniranja unutar muzeja uvelike promijenio kroz godine pa su različiti tipovi suradnji sve učestaliji u muzejskoj praksi. Naime, izložba simboličnog naziva „Memories Are Made Of This” izložena je u

Etnografskom muzeju u Zagrebu, a stvorena je iz privatne kolekcije šešira i ogavlja

Đurđe Tedeschi. Sve je započelo studijskim projektom pod nazivom ‘Kapa dolje’ koji je pokrenut povodom stote jubilarne obljetnice muzeja s ciljem istraživanja društvene i muzeološke povijesti ogavlja, a upravo je priča o Đurđi Tedeschi bila posljednja u nizu priča o modnim dodacima te pokrivalima za glavu. Mnogobrojnim pokrivalima iz bogate kolekcije tada je prikazano na koji su se način mijenjale i oblikovale muzeološke prakse, stavovi i pristupi prema pokrivalima za glavu u različitim društvenim zajednicama te koliko su se promijenili načini oblikovanja i izrade šešira od njihovih začetaka do danas.

Kustosice su u suradnji s Đurđom Tedeschi, najpoznatijom hrvatskom zaljubljenicom u šešire, uspješno spojile interes za suvremenom kulturom nošenja šešira i kulturnu baštinu. Prilikom stvaranja ove izložbe, muzejskoj ekipi je omogućen slobodan pristup bogatom fundusu šešira, a u projekt se uključio i dizajner Silvio Vujičić, višegodišnji suradnik gospođe Tedeschi, a kao rezultat su posjetitelji mogli svjedočiti intimnoj izložbu u kojoj je predstavljena kolekcija stvarana dugi niz godina. Zanimljivo je, a tome su posvjedočili ne samo oni koji su sudjelovali u realizaciji projekta već i oni koji su svjedočili istom, kako se po opusu uzoraka moglo naslutiti kako potječu iz zbirke jedne osobe, bez obzira na to što se radilo o predmetima različitih dizajnera i cjenovnih raspona. Istančan ukus prilikom biranja svakog pojedinog komada prepoznat je u svakom šeširu koji su s godinama dobivali na vrijednosti bez obzira nose li potpis slavni dizajnerskih kuća poput Saint Laurenta, Cardina, Yamamota ili su otkupljeni u antikvarijatima.



Slika 33: Đurđa Tedeschi na izložbi šešira

Naziv izložbe: "*Memories Are Made Of This* – Šeširi iz privatne kolekcije Đurđe Tedeschi"

Kustosi: Vesna Zorić, Mareta Kurtin i Silvio Vujičić

Termin izlaganja: 15.11.2019.-10.01.2019.

Naziv muzeja: Etnografski muzej

Grad: Zagreb

Zemlja: Republika Hrvatska

Izvor: [posjećeno 03.03.2021.](#)

Iz svega toga jedino možemo zaključiti da uistinu vrijedi dobro poznata izjava slavne Coco Chanel- „Moda je prolazna. Stil je vječan.”

6. Zaključak

U ovom diplomskom radu s temom ‘Muzej – prostor promocije i prezentacije modnih opusa i trendova’ detaljno je razrađen odnos muzeja i suvremene mode u aktualnom vremenu. Prikazan je proces ulaska ne povijesne odjeće u muzejsku instituciju te kako muzeji kao kulturne ustanove mogu biti jedan od alata promocije dizajna koji je još uvijek u optjecaju na prodajnom tržištu.

Polazeći od hipoteze kako moda itekako zaslužuje biti jednako zastupljena u muzeju kao svi ostali umjetnički izrazi, u radu su prikazani mnogi dizajneri i modni *brandovi* koji su svojim radom utjecali na razvoj i poimanje mode kakvu poznajemo danas. Izneseni su i suvremeni dizajneri koji su imali prilike svoj inovativan dizajn prezentirati u prostoru muzeja. Unatoč globalnom uspjehu modnih izložbi diljem Svijeta, njihov status i uloga u muzejima još uvijek je veoma polemizirana, pa se kroz rad pokušalo doći do odgovora na pitanje

‘Je li suvremenoj modi mjesto u muzeju’. Bilo je nužno osvrnuti se na rasprave vođene o pitanju mode s ciljem da se modu sagleda i analizira kao granu umjetnosti koja je ravnopravna sa svim ostalim umjetničkim granama.

Autorica čiji su tekstovi poslužili kao baza ovom diplomskom radu je Valerie Steele te ‘Encyclopedia of clothing and fashion’ (2005.). Poglavljem ‘Fashion museums and collections’ pružen je uvid u proces razvoja muzealizacije mode od prvih privatnih modnih zbirki kolekcionara, preko izlaganja povijesne odjeće u prostoru muzeja pa sve do komercijalizacije modnih izložbi kroz rad Diane Vreeland.

U navedenom poglavlju izložen je niz primjera muzeja koji su otpočetak dvadesetog stoljeća prigrlili praksu izlaganja mode u svojim redovima, a poseban je fokus usmjeren na Victoria&Albert Muzej gdje je već 1913. godine izložena moda osamnaestog stoljeća.

Na primjeru Victoria&Albert Muzeja dobiven je jasan uvid u bogat modni fundus najpoznatijeg muzeja na svijetu te koliko muzej već čitavo stoljeće moda sadržajno upotpunjuje i obogaćuje.

Na problematiku oprečnih mišljenja struke kada je riječ o izlaganju mode u muzeju, fokusira se tekst iz 1998. godine, pod naslovom »Doing the Laundry? A Reassessment of Object-based Dress History«, objavljen u časopisu Fashion Theory, autorice i povjesničarke odijevanja Lou

Taylor. Ovaj tekst je poslužio kao jedan od ključnih literarnih izvora diplomskom radu jer je u njemu analizirana velika podjela u mišljenjima i praksama kustosa.

Još jedan ključan članak na koji se referirao ovaj diplomski rad je 'A Museum of Fashion Is More Than a Clothes-Bag', autorice Valerie Steele, objavljen u 'Fashion Theory', 1998. god u kojem se autorica zalaže za povratak vrijednosti uloge predmeta kao ključnog izvora kod istraživanja materijalne kulture napominjući kako se modne predmete treba tretirati kao kulturne dokaze, a ne pasivne estetske objekte.

Od nešto novijih tekstova, diplomski se rad referirao i na članak 'Is Fashion art?', autorice Sung Bok Kim, objavljenog u New York Timesu 2010. god. U ovom tekstu je vrlo sistematično izložen problem komercijalizacije muzejskih izložbi te naveden niz suradnji mode i muzeja koje su se pokazale uspješnima za oba dionika.

Uz navedenu i dodatnu literaturu te konkretne primjere koji podrazumijevaju brojne tematske muzeje širom svijeta posvećene živućim dizajnerima i modnim kućama koje su dio pop kulture, cilj ovog diplomskog rada bio je obraniti hipoteze kako je moda jednakovrijedna grana umjetnosti kao sve ostale umjetničke forme i unatoč svojoj komercijalizaciji zaslužuje biti dio muzeja.

Rad je koncipiran kroz šest poglavlja, odnosno četiri ključna poglavlja koja su kao dio razrade teme doveli do zaključka i obrane uvodne hipoteze.

U poglavlju 'Povijesni razvoj modnih zbirki' navedene su prve modne zbirke te prema čemu je bio usmjeren njihov interes. Da je moda vrijedna grana umjetnosti dokazano je analizom predmeta kao simbola stilskog razdoblja i kako predmet može postati memorijski zapis povijesnog razdoblja. S obzirom na to da se moda manifestira kroz odjevne predmete, jasno je kako moda može relevantno predočiti neki dio povijesti.

Navedeno poglavlje je također posvećeno razvoju discipline muzealizacije mode od početka dvadesetog stoljeća do danas.

Potom su u poglavlju 'Muzeji mode nekada i danas' navedeni prvi muzeji mode u Svijetu te suvremeni modni muzeji koji su odabrani kao ključni kako bi potkrijepili istraživačke misli o tome da je moda u muzeju, pogledamo li statistike o broju posjetitelja i financijskom profitu, jedna od publici najatraktivnijih tema u muzeju što su prepoznali i brojni kustosi i organizatori izložbi.

Poglavlje 'Komeracionalne ili dokumentarne modne izložbe' usredotočeno je na podjelu modnih izložbi prema navedenim klasifikacijama. Upravo se ovo poglavlje najviše referira na podijeljena mišljenja različitih autora. Iz primjera različitih tipova modnih izložbi uz njihove dobre i loše prakse, zaključeno je kako je posljednjih godina sve učestaliji trend komercijalnih izložbi te da one predstavljaju financijski strelovit uspon za obje struje- onu modnu te onu muzejsku. Publika, odnosno posjetitelji su ti koji održavaju muzej živim, a upravo je moda ta, posebno u komercijalnom kontekstu, koja tu publiku privlači u velikom broju.

U posljednjem poglavlju 'Moda u Muzejima Hrvatske' postavlja se pitanje o ulozi mode u hrvatskim muzejima te koliko je ona važna u godišnjim muzejskim programima. Evidentno je kako je ona iznimno zapostavljena jer su godišnji programi prije svega usmjereni na velike nacionalne izložbe, a ograničena sredstva i siromašni budžeti ostaju namijenjeni modnim izložbama. To je potkrijepljeno na primjeru modnog branda eNVy room koji je svoju izložbu 'Posveta ženstvenosti' u Muzeju za umjetnost i obrt morao financirati sam.

U ovom je diplomskom radu prikazano u kakvom su suodnosu moda i muzej danas, kako je kronološki tekao proces njihova povezivanja te je li muzej na neki način postao prostor prezentacije modnih trendova i *brandova* iz komercijalne kulture odijevanja.

Neosporivo je snažan doprinos muzeja u promociji dizajnera čiji rad se izlaže kao što i sam dizajner može doprinijeti muzeju njegovim osuvremenjivanjem, približavanjem muzeja masovnoj publici, a samim time i povećanju prihoda za muzej te njegovoj popularizaciji. Na primjeru mnogobrojnih muzejskih izložbi koje predstavljaju rad živućih dizajnera, predloženih kroz nekoliko poglavlja ovog diplomskog rada, dokazano je kako su takve izložbe izuzetno primamljive širokoj publici, privlače velik broj posjetitelja, dovoljno su atraktivnog sadržaja kako bi bile medijski popraćene, a samim tim u određenoj mjeri i populariziraju rad modnog dizajnera ili modne kuće čija kolekcija se izlaže. Ponekad neka izložba aktualnog dizajnera može poslužiti kao inspiracija za pokretanje novog trenda specifičnog dizajna kao što je viđeno na primjeru '*cottagecorea*' koji je u vrlo kratkom vremenu stekao veliku popularnost na društvenim mrežama, a inspiracija je proizašla iz radova umjetnice Frida Kahlo. Premda postoje mnogi argumentirani razlozi zašto prema pojedinim kustosima suvremenoj modi i živućim dizajnerima nije 'mjesto u muzeju', svakako je bitna uloga muzeja u promoviranju modnih kuća i trendova. Jednako koliko je bitna i uloga mode u muzeju. Kao što je već rečeno, moda održava muzej živim omogućujući mu da on unatoč svojoj iznimno tradicionalnoj formi spretno pliva bespućima kapitalističkog društva, prepunog brzih i nepredvidivih tehnoloških

promjena. Moda je otpočetak svoje povijesti išla u korak s čovjekom, vremenom i ljudskim napretkom. Postala je istovjetna s trendom, poput sinonima. Ipak, kao što je moda na neki način 'spasila' muzej od laganog izumiranja tako je i muzej spasio modu, odnosno povijesnu odjeću od zaborava, trajno je pohranivši u svojim prostorima i arhivima. Suradnja mode i muzeja od neprocjenjive je vrijednosti u svakom smislu. Za našu kulturu, povijest i sve ono što ostavljamo generacijama koje tek dolaze.

LITERATURA

Tiskane knjige:

Benaïm, L., *CHRISTIAN DIOR AND THE SOUTH*, Rizzoli, France, 2017.

Etherington-Smith, M., Behrens, E., O'Flynn, M., Worth, J., *Collection Jues Saint Laurent el Pierre Berge*, CHRISTIES, UK, 2009.

Gob, A., Drouguet, N, *Muzeologija : povijest, razvitak, izazovi današnjice*, Izdanja Antibarbarus, Zagreb, 2007.

Guntrum, A., Cox, M., Garner, P., Benaim, L., *Yves Saint Loraine Collection*, Document, UK, 2014.

Maclagan, A., *Brief Guide to Persian Embroideries- Victoria and Albert Museum Department of Textiles*, Read Books LTD., UK, 1929.

Minney, S., *Slow fashion: Aesthetics meets ethics*, New Internationalist, UK, 2016.

Oliver, M., *Fighting fast fashion*, WellBeing, UK, 2019.

Pecorari, M., Svensson, B., *Contemporary Fashion History in Museums, Riegels Melchior, Fashion and Museums: Theory and Practice*, Bloomsbury Academic, UK, 2014.

Simončič, K. N., *Muzealizacija mode – počeci i izazovi na prostoru Slovenije, Hrvatske i Srbije*, Sveučilište u Zagrebu Tekstilno-tehnološki fakultet, Zagreb, 2020.

Sophie Faucher, S., *La Casa Azul*, Oferon looks Ltd, UK, 2002.

Steele, V., *Encyclopedia of clothing and fashion. Fashion museums and collections*, Charles Scribners & Sons, New York, 2005.

Welters, L., Lillethun, A. (2011). *The Fashion Reader: Second Edition*, Berg Publishers, UK, 2011.

Tiskani članci:

Corin, S., *Do museums still need objects*, USA: University of Pennsylvania Press, 2010. 14-15

Menkes, S., *Gone Global: Fashion as art*, Special report fashion, NYC, 2011. 6-7

Tiskana poglavja:

Kim, S. B., *Fashion Theory: Is Fashion art?*, Berg, UK, 1998. 51-72

Klobučar, A., *Muzealizacija mode: Počeci I izazovi na prostoru Slovenije, Hrvatske I Srbije*, ur. Simončič, K. N., Tekstilno-tehnološki fakultet, Zagreb 2020. 37-73

Steele, V., *Fashion Theory: A Museum of Fashion Is More Than a Clothes-Bag*, Berg, United Kingdom, 1998. 327-336

Steele, V., *Fashion Theory: vol 12: Museum Quality: The Rise of the Fashion Exhibition*, Berg, United Kingdom, 2008. 7-30

Taylor, L., *Fashion Theory., Doing the Laundry? A Reassessment of Object-based Dress History*, Berg, UK, 1998. 337-358

Težak, S., *Muzealizacija mode: Počeci I izazovi na prostoru Slovenije, Hrvatske I Srbije*, ur. Simončič, K. N., Tekstilno-tehnološki fakultet, Zagreb 2020. 175-209

Vene, L., *Teorija i kultura mode. Discipline, pristupi, interpretacije, Muzealizacija mode, između kulturne i komercijalne proizvodnje*, ur. Krešimir Purgar, Žarko Paić., Tekstilno-tehnološki fakultet, Zagreb, 2018. 163–181

Knjige, članci i poglavja na internetu:

Cooke, R., *Alexander McQueen: Savage Beauty review*, The Guardian, 2015.

[\(posjećeno: 02.02.2021.\)](#)

Dumbović Bilušić, B., *Kulturna baština u Hrvatskoj pred novim izazovima*, Kvartal, veljača, 2013, ([posjećeno: 12.03.2020.](#))

Izložba modnog dizajna '*Past... at last*' u Galeriji ULUPUH, Cromoda, Zagreb, 2016., ([posjećeno: 17.03.2021.](#))

Izložba u Vukovaru: '*Materijal i forma - tekstil na novim granicama*', Vukovar, Zagreb, 2016., ([posjećeno: 17.03.2021.](#)))

Kimbell art museum, Exhibition: *Balenciaga in black*, ([posjećeno: 22.06.2021.](#))

Maroević, I., *Iz muzejske teorije I prakse, Razine muzealizacije vezane uz kulturnu baštinu*, Filozofski fakultet, Odsjek za informacijske znanosti, Katedra za muzeologiju, Zagreb, 2005. ([posjećeno 14.04.2021.](#)). ([posjećeno: 14.04.2021.](#))

Maroević, I., *Promjene u muzejima i potrebe za obrazovanjem*, 1990. ([posjećeno: 12.03.2020.](#))

National Portrait Gallery, ([posjećeno 11.02.2021.](#))

Odjeća, maska i kostim kao medij u suvremenoj umjetnosti, Crompda, Zagreb, 2015., ([posjećeno: 17.03.2021.](#))

Parrott-Sheffer, C., *Britannica: Sir Henry Cole*, ([posjećeno 14.03.2021.](#))

Riello, G., *The object of fashion: methodological approaches to the history of fashion*, Journal of Aesthetics & Culture, 2011., ([posjećeno: 20.04.2021.](#))

Tomorad, M., *Povijest muzeja*, ožujak 2014., ([posjećeno: 04.12.2020.](#))

Veblen, Thorstein Bunde, Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. ([posjećeno 13.05.2021.](#))

V&A, *Introducing Cristóbal Balenciaga*, UK, 2017. ([posjećeno 20.11.2020.](#))

Stodola, S., Lilit, M., *The Art of Style: 16 of the World's Greatest Fashion Museums*, Traveler, 2015., ([posjećeno: 12.05.2021.](#))

Wallace, P., *About the museum*, SCADFASH, ([posjećeno: 17.03.2021.](#))