

Stefan Žarić*Odeljenje za istoriju umetnosti,
Filozofski Fakultet, Univerzitet u Beogradu*

z.stefan027@gmail.com

Muzealizacija bez muzeologije: nacionalni muzeji i izložbe mode između istorije, teorije i prakse

Apstrakt: Studije teorije i istorije mode, do skora svrstavane u studije kulture, roda, komunikologije, istorije umetnosti i antropologije, na akademskoj mapi XXI veka afirmišu se kao zasebne discipline. Objedinjujući pomenute kontekste, afirmacija studija mode najdominantnija je u okviru muzeologije mode, kako upravo muzeologija mode odnosno *fashion museology* postaje jedna od vodećih tendencija u okviru savremenih muzeoloških praksi. Ovaj rad modu posmatra kao svojevrsan sistem, kodiran sociokulturnim kodovima, te razlog sve prisutnijim izložbama mode kako na internacionalnoj, tako i na nacionalnoj muzejskoj sceni nalazi u kodovima mode koji se kreću između estetskog i komercijalnog. Afirmišući modu kao umetnost s jedne strane, te povećavajući profitabilnost institucije s druge strane, izložba mode omogućava muzeju da bude „u modi“, odnosno u toku sa savremenijim i liberalnijim izlagačkim konceptima. Uprkos činjenici da u tekućoj godini u nacionalnim muzejima dolazi do velikog broja modnih izložbi, moda je još uvek bez svoje muzeologije, odnosno naučne teorije koja bi je objasnila kao muzejski fenomen. Izložbeni eksponati tumače se istorijski, pri čemu se objašnjava njihova utilitarna i estetska vrednost, dok se na pitanje zašto se moda izlaže kao vid umetnosti ili kulturne produkcije konzumentu izložbe – posetiocu – ne daje odgovor. Analizirajući istorijske događaje koji su usloveli muzejsko izlaganje mode, te različite koncepte njenog izlaganja, autor teksta nastoji da kroz jukstapoziciju internacionalnih i nacionalnih izložbi uoči uzroke nedostatka muzeologije mode, te otvori pitanje njene afirmacije u okviru akademske i muzejske javnosti Srbije.

Ključne reči: moda, muzej, muzeologija, identifikacija, publika

Uprkos dominantnom mišljenju javnog mnjenja da je muzejska institucija svojevrsan čuvar prošlosti, recentne prakse svetske muzeologije, pre svega britanske i američke, postavljaju imperATIVE pokretanja promena u savremenom društvu, upravo izlažući fenomene (ako pod ovim pojmom shvatimo celokupno materijalno i nematerijalno nasleđe koje se u muzeju akumulira) savremenosti,

ili pak one istorijske, kontekstualizujući ih na savremen način. Razmatrajući izložbenu sezonu 2014/15, moda se uočava kao najčešće izlagan fenomen, pa čak i u muzejima čija primarna delatnost nije vezana za tekstilnu i odevnu produkciju, kao što je slučaj s izložbom *Fashion on the Ration: 1940s Street Style*, održanoj od 5. marta do 31. avgusta 2015. godine u Carskom ratnom muzeju (Imperial War Museum) u Londonu. S druge strane, muzeji čija primarna delatnost jeste vezana za primenjene umetnosti i tekstilno-odevnu produkciju su svojim izložbama mode oborili svetske rekorde i postavili nove izazove istorijskom, teorijskom i muzeološkom izučavanju mode. Aleksander MekKvin (Alexander McQueen), Žana Lanven (Jeanne Lanvin), Drajz Van Noten (Dries Van Noten) i Karl Lagerfeld su, u vidu inovativnih retrospektiva, dobili svojevrstan „homecoming“ u Londonu, Parizu, Antverpenu i Bonu, renomiranim centrima modne industrije. Uz izložbu *Divljačka lepota* (Savage Beauty) kustoskinje Kler Vilkoks (Claire Wilcox), posvećenu MekKvinu, londonski Viktorija i Albert muzej (Victoria and Albert Museum) prezentovao je i istoriju ekstremnih formi obuće kroz intrigantnu postavku izložbe *Cipele: zadovoljstvo i bol* (Shoes: Pleasure and Pain), kustoskinje Helen Person (Helen Persson). Kao primer savremenog modnog izraza koji određene socio-kulturne kodove konstruiše i dekonstruiše, MekKvinov dizajnerski opus omogućio je Viktorija i Albert muzeju ne samo da realizuje najposećeniju izložbu u istoriji svetske muzeologije, već i da izađe iz okvira tradicionalno shvaćene muzeologije kao čisto istorijske discipline, aktualizujući teme poput fetišizma i seksualnosti¹, drugosti i mode kao umetnosti. Kretajući se od lepih i primenjenih umetnosti ka digitalnim umetnostima i performansu, Aleksander MekKvin, kroz svoj modni dizajn, podriva tradicionalni umetnički izraz te poziva na pluralizam tumačenja. Sam naziv izložbe, ali i kodovi koje je kreator koristio u strukturiranju svog modnog jezika, od kojih su najdominantniji priroda, spektakl, (homo)seksualnost, istorija, politika, fetiš i identitet, ukazuju na postmodernističko jezičko kolažiranje i samim tim zahtevaju složene izložbene koncepte i njihovo objašnjenje, što je postignuto izložbenom publikacijom u čijoj realizaciji je učestvovalo čak 36 stručnjaka iz različitih oblasti iz celog sveta.

Njujork se izložbom Instituta za kostim Metropolitene muzeja (The Costume Institute) *Kina: Iza ogledala* (China: Through the Looking Glass) kustosa Endrua Boltone (Andrew Bolton), i izložbom Tehnološkog instituta za modu (Fashion Institute of Technology) *Svetski modni centri* (Global Fashion Capitals) kustoskinja Ariele Elia i Elizabete Vej (Elizabeth Way) najviše dotakao pozicije mode u muzejima. Ovim dvema izložbama otvorene su nove mogućnosti,

¹ Aktualizovanje seksualnosti u izložbenoj delatnosti Viktorija i Albert muzeja realizovano je i postavkom pomenute izložbe *Cipele: Zadovoljstvo i bol*. Deo postavke formiran je kao narativ o cipelama i stopalima kao predmetu fetiša, seksualnih fantazija i opsesija, čemu je posvećeno i poglavlje u izložbenoj publikaciji (Davies-Strodder 2015).

ne samo izlaganja i interpretacije mode, već i ucrtavanja nacionalnih modnih i izložbenih praksi – od azijskih zemalja, preko Turske i Skandinavije do Južne Amerike – na internacionalnu scenu. Izložbom *Svetski modni centri* od 3. juna do 14. novembra prezentovana je modna produkcija primarnih prestonica mode: Pariza, Londona, Njujorka i Milana, ali i alternativnih modnih centara: Tokija, Antverpena, Stokholma, Berlina, Sank Peterburga, Moskve, Madrida, Sidneja, Melburna, Meksiko Siti, Sao Paola, Istanbula i Bombaja. Sve dinamičnija globalizacija mode u XXI veku dovela je do ekspanzije mnogobrojnih nedelja mode u gradovima širom sveta, ali uporedo s time i muzejskog izlaganja mode. Oslanjajući se kako na estetski tako i na komercijalni i ekonomski potencijal mode, sve više muzeja po ugledu na vodeće modno-muzejske institucije, Institut za kostim i pomenuti Viktorija i Albert muzej, organizuje izložbe mode ili izložbe na kojima je odeća u značajnoj meri zastupljena. Kulturni identitet i ekonomske, političke i društvene prilike jednog grada u kom se određena modna manifestacija održava, omogućavaju kako kreatorima, tako i muzejskim radnicima da stvore specifičan produkt, bilo da je reč o samom dizajnu ili izložbi i time se plasiraju na internacionalnu scenu koja je imperativ za uspeh u modnoj industriji. Tema grada, simbol modernog, stecište uzajamnih dejstava i egzibicije, prepliće se s modom, a ova projektuje moguće scenarije služeći se imaginarnim, koje su delatnici u sistemu mode stalno pozvani da pothranjuju (Đusti 2010, 3).

Uporedo s izložbama mode na globalnom nivou, uočava se i interesovanje za izložbe mode u domaćim i regionalnim institucijama. Muzej primenjene umetnosti u Beogradu priredio je izložbu *Tašnice i Aleksandar Joksimović: Iz zbirke Muzeja primenjene umetnosti*. Etnografski muzej kontekstualizovao je priču o maturalnim balovima kroz postavku izložbe *Glamur na srpski način: Maturalni balovi 1991-2014*, a Muzej grada Novog Sada prezentovao je žensku modu prve polovine XX veka uporedo sa savremenim dizajnom kroz izložbu *Istorija pisanja modom*. U regiji, zagrebački Muzej za umjetnost i obrt posvetio se venčanoj odeći izložbom *U dobru i zlu: Vjenčana odjeća od 1865. do danas*, a Slovenski etnografski muzej priredio je izložbu *Moda u pokretu*, analizirajući italijansku modu druge polovine XX veka te njene uticaje na odevanje u Sloveniji.

Baveći se potrošačkim aspektima kulture kanadski će antropolog Grant MekKraken (Grant McCracken), kao jednu od glavnih karaktersitika mode, izdvojiti njenu sposobnost da stvara nova značenja u kulturi (McCracken 2011, 134), te se u skladu s time postavlja pitanje na koji način ucrtati specifičan kulturni kod Srbije u izložbe mode organizovane od strane nacionalnih institucija, a potom i same izložbe na mapu internacionalnih modnih izložbi.

Kako muzeologija mode, odnosno *fashion museology* postaje jedna od vodećih tendencija u okviru savremenih muzeoloških praksi, odgovor na to pitanje nalazi se u samoj istoriji muzejskog izlaganja mode, koju bi svakako u kratkim crtama valjalo predložiti. No, iako su izložbe mode savremeni fenomen do

čije popularizacije dolazi prevashodno tokom druge polovine XX veka, kada dolazi i do popularizacije izučavanja mode u akademskim krugovima², svoju predistoriju one imaju u ekonomskim i kulturnim promenama koje su zahvatile društvene strukture krajem XVIII i tokom XIX veka. Reč je, pre svega, o Indistrijskoj revoluciji započetoj uoči 1760. godine i Francuskoj revoluciji iz 1789. godine. Obe revolucije su svojim idejama uticale na celokupnu socio-kulturnu produkciju i dovele do uspona srednje klase, mehaničke proizvodnje, ekspanzije tržišta i kapitala, dostupnosti proizvoda a samim tim i njihove potrošnje – svih onih pojava koje će kuliminirati tokom XIX i početkom XX veka. Ideja ubrzane reprodukcije i vizuelne konzumacije akcentovana je i otkrićem i razvojem fotografskog medija, kada je 1839. godine francuski umetnik Luj Dager (Louis Daguerre) prezentovao fotografiju javnosti. Sposobnost fotografije da bude lako reprodukovana i da je, za razliku od tekstualnih medija koji su dominirali istorijom, svako razume, dala joj je, kao i modi, i estetski i komercijalni karakter. Velikom Izložbom 1851. u londonskoj Kristalnoj palati i otvaranjem Viktorija i Albert muzeja naredne godine krunisane su ideje tehnološkog napretka i novih umetničkih praksi i zanata. Iste godine, francuski preduzetnik i trgovac Aristid Busiko (Aristide Boucicaut) otvara prvu robnu kuću u Parizu, *Le Bon Marché*. Već tada se Pariz i London, u kojima su pomenute revolucije i započele, definišu kao gradovi koje karakterišu inovativnost i produktivnost, što će dovesti do njihove pozicije kao vodećih modnih metropola zahvaljujući pre svega modnim kreatorima koji su u njima stvarali, sve dok im se tokom XX veka ne pridruže Njujork i Milano. Kristofer Bruard (Christopher Breward), britanski teoretičar i istoričar mode sa Edinburškog univerziteta, u studiji *Fashion*, objavljenoj u ediciji Oksfordske istorije umetnosti, pojavu modnih kreatora uočava kao jedan od inicijalnih momenata u promišljanju o modi:

„Modni kreator je proizvod ovog razvitka pre nego njegov inicijator. Kreatorove praktične veštine da komunicira novim idejama olakšale su vezu između proizvodnje i potrošnje, omogućavajući novim kreacijama da odskoču na tržištu prezasićenom proizvodima. Upravo u toj sposobnosti da prepoznaju kulturne i stilske promene i inkorporiraju ih u autentičnu viziju svog dizajna leži genije pr-

² Tek nakon sedamdesetih godina XX veka proučavanje odevanja kao osnovnog kulturnog označitelja prestaje da bude marginalizovano, kada se organizuju tri krucijalne međunarodne konferencije. To su bile *Deveti međunarodni kongres antropoloških i etnoloških nauka* (IX International Congress of Anthropological and Ethnological Sciences) održan 1973. godine u Americi, potom deset godina kasnije održana konferencija *Ka antropologiji odevanja* (Towards an Anthropology of Dress) u organizaciji Francuskog nacionalnog centra za naučna istraživanja (Centre National de La Recherche Scientifique), i iste godine održana konferencija u Trutbeku, državi Njujork, koju su organizovale antropološkinje Anete B. Viner (Annette B. Weiner) i Džejn Šnajder (Jane Schneider) (Taylor 2002).

vih renomiranih modnih kreatora poput Šarla Vorta (Charles Worth), Pola Poarea (Paul Poiret), Madlene Vione (Madeleine Vionnet) i Koko Šanel (Coco Chanel)“ (Breward 2003, 23).

Iako poreklom iz Engleske, Vort će 1858. godine otvoriti svoj salon u Parizu, što većina istoričara mode uzima kao datum nastanka visoke mode, odnosno *haute couture*-a. Iako odeća svedoči o reputaciji i prestižu njenog nosioca kroz čitavu istoriju civilizacije, tek nakon Vorta ona se paradigmatiski menja – promenom iz (svakodnevne) odeće u (visoku) modu, ona postaje samostalni estetski entitet. Iste 1900. godine kada Paja Jovanović na Velikoj međunarodnoj izložbi u Parizu ispred srpskog paviljona izlaže *Krunisanje cara Dušana*, modna kuća Vort u realističnom maniru na voštanim lutkama prezentuje svoje raznovrsne kreacije. Izložba je na simboličan način nagovestila novo doba, a izlagači iz celog sveta su demonstrirali svoja dostignuća u svim oblastima i delatnostima, dok je Pariz potvrdio primat kada je u pitanju visoka moda.

XX vek je još glasnije proklamovao prezentovane ideje. Avangarda je izvršila otklon od istorije uvodeći nove materijale i medije u umetnost, a umetničke prakse Bauhaus škole i art dekoa još jače su učvrstile vezu između umetnosti, zanatskih veština, novih tehnologija i industrije. Kada je u pitanju primenjena umetnost i arhitektura, iz ove škole je potekao niz teorija o srodnosti estetskog i funkcionalnog. Nastavnici i učenici Bauhauusa težili su stvaranju jedinstva, odnosno potpune harmonije likovnih i tehničkih komponenti u izradi industrijskih proizvoda (Dožić 2010, 11). Vrli novi svet, oporavljajući se od kataklizme Prvog svetskog rata, a ne sluteći predstojeći, svoju viziju trijumfalno je materijalizovao u Parizu 1925. godine kroz još jednu izložbu – *Međunarodnu izložbu dekorativnih i industrijskih umetnosti* (Exposition internationale des Arts décoratifs et industriels modernes). Izložba je ojačala predominantnost Francuske kada su u pitanju luksuzni proizvodi, a displeji robnih kuća, dizajnerske odeće i inovativnog dizajna postavili su temelje izlaganja mode i primenjenih umetnosti, koji tokom treće decenije polako počinju da ispunjavaju muzejske prostore. U nedavno objavljenom zborniku koji je okupio stručnjake iz celog sveta iz oblasti muzeologije mode, *Fashion and Museums: Theory and Practice*, jedna od urednica, Mari Rigels Melkior (Marie Riegels Melchior), nalazi da:

„kolekcije tekstila i odevnih predmeta nisu bile neuobičajene za kulturno-istorijske muzeje početkom XX veka, no da su to ipak bile kolekcije koje je sačinjavala odeća iz pre-industrijskog perioda. Tek pred Drugi svetski rat pojavio se interes za sakupljanje i izlaganje odevnih predmeta od strane umetničkih muzeja, koji su sa sociokulturnih značenja fokus pomerili na estetske vrednosti odeće, njen dizajn i etabrirane modne ikone” (Riegels Melchior 2014, 7).

Porast interesovanja za osnivanjem zbirke odevnih predmeta tokom međuratnog perioda, s jedne strane, svakako leži u kulturi sećanja, intenziviranoj

usled ratnih razaranja kako bi se što više onog antropomorfnog očuvalo, a s druge strane u potrebi muzeja da bude u toku sa savremenim društvom. U narednih nekoliko decenija moda sve više postaje reprezentacija popularne kulture i avangardnog dizajna, što će uticati i na njeno izlaganje u muzejima. Tokom 60-ih godina otvaraju se Muzej mode u Batu (Fashion Museum) i Tehnološki institut za modu u Njujorku. Povodom petnaestogodišnjice od osnivanja Muzeja primenjene umetnosti u Beogradu, kustoskinja Dobrila Stojanović 1965. godine priređuje izložbu *Ženska moda od sredine XIX veka do 30-ih godina XX veka*, potvrđujući da nacionalna muzeologija nije zaostajala za onovremenim savremenim trendovima, pre svega koristeći imenicu *moda*, a ne *odeća*, što danas nažalost jeste slučaj. Fotograf Sesil Biton (Cecil Beaton) će 1971. godine ubediti svoje prijatelje iz aristokratskih krugova da čak 1200 modnih predmeta poklone Viktorija i Albert muzeju povodom izložbe *Fashion: An Anthology*, a kolekcija donirana muzeju, zahvaljujući specifičnosti svoje provenijencije, formirala je jezgro potonjih kolekcija i zbirki mode, dok je sama izložba sa svojim stilizovanim i dramatičnim displejima označila početak modernog izlaganja i kustosiranja mode (Wilcox 2013, 6). Istovremeno, u Njujorku poziciju kreativnog direktora za izložbe mode Metropoliten muzeja preuzima kolumnistkinja i modna urednica časopisa *Harper's Bazaar* i *Vogue*, Dajana Vrilend (Diana Vreeland). Inspirisana Bitonovom izložbom u Londonu, Vrilendova je kustoski fokus sa jednog odevnog predmeta pomerila na ceo displej, inkorporirajući u izložbe znanja i veštine modne urednice o modnim revijama, editorijalima i prestižnim modnim kućama. Tokom svog angažmana u muzeju organizovala je čak 12 izložbi stvarajući detaljne i realistične displeje sa kojima je publika mogla lako da se identifikuje, među kojima se izdvajaju retrospektive kreatora Kristobala Balensijage (Cristóbal Balenciaga) i Iv Sen-Lorana (Yves Saint-Laurent).

Što se tiče onovremene nacionalne muzeologije, uzimajući u obzir socijalističku ideologiju i činjenicu da kao jedini modni kreator deluje Aleskandar Joksimović, jasno je zašto produkcija modnih izložbi nije uzela maha, sem u pomenutoj izložbi Dobrile Stojanović. Izložbi tekstila i narodnih nošnji, pa čak i izložbi scenskog kostima i vladarske odeće je bilo, ali što se tiče izložbi mode (u smislu u kom je napravljena distinkcija između svakodnevne odeće i visoke mode kada je bilo reči o Vortu), Stojanovićkina izložba zadugo ostaje usamljeni primer. Iako se prvobitnim muzejima pripisuje predmednost i usredsređenost na materijalne artefakte kako sopstvene tako i drugih, egzotičnih kultura, nacionalni muzeji, kao i akademski krugovi i dalje ostaju u domenu lepih umetnosti, među kojima dominira slikarstvo. Zanimljiva je i činjenica da se Muzej primenjene umetnosti otvara čak 15 godina pre Muzeja savremene umetnosti. Uprkos tome, uzimajući u obzir činjenicu da su primenjene umetnosti u Srbiji smatrane nižim i ženskim umetnostima u odnosu na lepe umetnosti tokom prvih nekoliko decenija XX veka, a tokom druge polovine XX veka prosto kao umetnosti

koje ne emituju dovoljno ideologije, slikarstvo, praćeno skulpturom i grafikom, apsolutno preuzima primat kada je u pitanju izložbena delatnost domaćih muzejskih institucija. Značajnu izložbu na planu muzealizacije mode u Srbiji realizovala je, takođe u Muzeju primenjene umetnosti, kustoskinja Bojana Popović 2000. godine. Izložba *Moda u Beogradu: 1918-1941*, i autorkin istraživački rad, sumiran u kapitalnu prateću publikaciju, sistematično su pružili uvid u modnu produkciju srpske prestonice u međuratnom periodu, ali ni ovom izložbom nije dotaknuto pitanje muzeologije mode.

Mogući koren ovog problema, odnosno nedostatka muzeologije mode nalazi se i u nedostatku stručne literature na srpskom jeziku, te se kustosi okreću tradicionalnijim izložbenim konceptima i dostupnoj literaturi koja nedovoljno približava savremene muzeološke koncepte, čak i kada se bave temom koja izlazi iz okvira tradicionalno shvaćene muzeologije, što muzejsko bavljenje modom u Srbiji zasigurno jeste. Uviđajući značaj ovog problema, Mirjana Menković, direktorka Etnografskog muzeja, će u svom radu *Istorija odevanja i mode: Predlog knjiga za prevod na srpski jezik* predložiti 15 krucijalnih izdanja za bavljenje modom s antropološkog, etnološkog, istorijsko-umetničkog, sociološkog ali i dizajnerskog aspekta, od kojih nijedno, uprkos apelu autorke, do sada nije prevedeno. Na pitanje zašto su ova izdanja potrebna na srpskom jeziku, po Menkovićevoj „najjednostavniji odgovor glasi da je cela jedna interesantna oblast na srpskom prostoru potpuno nepristupačna široj stručnoj i kulturnoj javnosti“ (Menković 2008, 174). U skladu s ovim problemom, javlja se i problem prevoda adekvatnih stručnih termina koji su neophodni bez obzira na (ne)dostupnost literature, poput *fashion museology*, *fashion curation* i *fashion curator*, što opet svoj koren ima u nedovoljno razmatranom polju muzeologije i heritologije mode, odevanja i tekstila, pre svega na akademskom planu. Ukoliko se izuzmu visoko-obrazovne institucije koje školuju dizajnere, tehnologe tekstila i kostimografe, moda se kao vid materijalne kulture i aspekta formiranja identiteta teorijski izučava samo kroz nekoliko kurseva na Odeljenju za etnologiju i antropologiju Filozofskog Fakulteta Univerziteta u Beogradu. U nedostatku adekvatne terminologije, zbirke koje nacionalni muzeji formiraju imenovane su zbirkama kostima i tekstila³, ukoliko je broj muzejskih jedinica dovoljno velik da bi bio formiran u zasebnu zbirku. Ukoliko nije, odevni objekti često su svrstavani u zbirke kulturne istorije i primenjene umetnosti.

³ U većini svetskih muzeja, termin *costume and textiles* koristi se uglavnom da označi zbirku svih vrsta tkanina i predmeta od tekstila poput tepiha i tapiserija, kao i religiozne, etničke i vladarske odeće. Pojedini muzeji koji su kulturno-istorijskog ili umetničkog tipa obično sve tekstilne artefakte svrstavaju u zbirke za tekstil i kostim, dok muzeji specijalizovani za primenjene umetnosti i dizajn prave distinkciju između ove zbirke i *fashion collection* ili *fashion gallery*, odnosno zbirke koju sačinjavaju artefakti visoke mode.

U jednom intervjuu za *Bal Harbour* magazine, Valeri Stil⁴, inače direktorka muzeja na njujorškom Tehnološkom institutu za modu, ističe: „Danas, svaki muzej želi da organizuje izložbe mode, no uprkos tome većina tih izložbi ostaje veoma tradicionalna u svom pristupu temi: odeća na lutkama iza stakla. Ono što volim u radu Džudit Klark jeste kombinacija intelektualnog i vizuelnog uzbudjenja, novih ideja i novih dizajnerskih paradigmi“ (Steele 2015, 104). Uzimajući u obzir dinamičnost smenjivanja različitih koncepata muzeologije mode kroz istoriju, savremene kustoske prakse i ideje poput ovih Valeri Stil, ali i sredstva i mogućnosti nacionalnih institucija, pomenute izložbe domaćih muzeja realizovane tokom 2015. godine pokušaj su da se pristup nasleđu osavremeni i da se aktualizuju nove teme u okviru nacionalne muzeologije. Za razliku od dominantih umetničkih formi koje se u muzejima izlažu, moda je (kao i performans) bazirana na ljudskom telu, te samim tim jače emituje i kontekstualizuje značenja, što publici omogućava efikasniju identifikaciju s izloženim eksponatom, umetnikom ili muzejskim prostorom. Baveći se sociologijom tela engleska će sociološkinja Džoan Entwistl (Joanne Entwistle) zaključiti da je „naša svest o odeći pojačana upravo onda kada odeća nije na nama“ (Entwistle 201, 138). Na tom principu funkcioniše i jedna izložba mode, a angažovanost subjekta kroz razmišljanje o eksponatu ili poistovećivanje s istim variraće u zavisnosti od koncepta postavke. Klasična postavka „iza stakla“ svakako će biti manje intrigantna od postavke koja realnom simulacijom aktualizuje prostor i vreme istorijske datosti. Profesorka muzeologije mode na Londonskom koledžu mode (London College of Fashion), Džudit Klark (Judith Clark) takođe će izjaviti da u slučaju izložbi mode, „publika doživljava momentalnu identifikaciju, što nije u mogućnosti da oseti kroz bilo koju drugu umetnost“ (Clark 2008, 1). U skladu s time, moglo bi se reći da moda, bez obzira na to da li se posmatra kao vid lepe ili primenjene umetnosti, materijalne kulture ili potrošački fenomen, poseduje refleksivni karakter, podjednako kodiran estetskim i komercijalnim aspektima, koji ni na koji način ne umanjuju potrebu za njenim izučavanjem. Nova poglavlja na planu nacionalne muzeologije sasvim sigurno su otvorena, a podstreci ka njihovoj realizaciji svakako zaslužuju dalju afirmaciju.

Literatura

- Breward, Christopher. 2003. *Fashion*. Oxford, New York: Oxford University Press.
- Clark, Judith. 2008. *Looking at Looking at Dress*. London: Barbican Gallery.
- Clark, Judith and Valerie Steele. 2015. The Fashion Flock. *Bal Harbour Magazine*, Spring issue.
- Davies-Strodder, Cassie. 2015. „Shoes: A Very Fashionable Fetish“. In *Shoes: Pleasure & Pain*, ed. Helen Persson, 46-55. London: V&A Publishing.

⁴ Valeri Stil je urednica izdanja *Encyclopedia of Clothing and Fashion*, i osnivač časopisa *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body, and Culture*.

- Dožić, Ljiljana. 2010. *Svet poslovnog reklamiranja između dva svetska rata kroz odabranu arhivsku građu*. Novi Sad: Arhiv Vojvodine.
- Đusti, Nikoleta, Adele Macola, Đovani Mateuči. 2010. *Rene Gruo i moda: svetlost gradova*. Beograd: Hesperia Educational.
- Entwistle, Joanne. 2011. „The Dressed Body“. In *The Fashion Reader*, ed. Linda Walters and Abby Lillethun, 138-149. New York: Berg.
- McCracken, Grant. 2011. „The Fashion System“. In *The Fashion Reader*, ed. Linda Walters and Abby Lillethun, 135-137. New York: Berg.
- Menković, Mirjana. 2008. Istorija odevanja i mode: predlog knjiga za prevod na srpski jezik. *Muzeji* 1:173-185.
- Riegels Melchior, Marie. 2014. „Understanding fashion and dress museology“. In *Fashion and Museums: Theory and Practice*, ed. Marie Riegels Melchior and Birgitta Svensson, 1-18. London, New York: Bloomsbury Academic.
- Taylor, Lou. 2002. *The Study of Dress History*. Manchester: Manchester University Press.
- Wilcox, Claire. 2013. *V&A Gallery of Fashion*. London: V&A Publishing.

Stefan Žarić

Department of History of Art, Faculty of Philosophy, University of Belgrade

Musealization without museology: national museums and fashion exhibitions between history, theory and practice

Studies of the theory and history of fashion, which were up until recently grouped with culture studies, gender studies, communicology, art history and anthropology are, on the academic map of the 21st century being established as separate disciplines. Consolidating these contexts, the affirmation of fashion studies has been most prevalent within the museology of fashion, as it - or rather - *fashion museology* is becoming one of the leading tendencies within contemporary museum practices. This paper views fashion as a specific kind of system, coded through sociocultural codes, and finds the reason for the ever-increasing number of exhibitions of fashion on the international as well as the national museum scene in the codes of fashion which oscillate between the aesthetic and the commercial. By affirming fashion as an art form on the one hand and increasing the profitability of the institution on the other, fashion exhibitions enable museums to become „fashionable“ – to keep up with contemporary, more liberal exhibition concepts. Despite the fact that in this year there have been a large number of fashion exhibitions in national museums, fashion is still without its own museology, a scientific theory which would explain it as a museum phenomenon. The exhibits are interpreted historically, while explaining their utilitarian and aesthetic value, while the question of why fashion is exhibited as an art form or a kind of cultural production to the consumer of the exhibition - the visitor – remains unanswered. By analyzing historical events which conditioned

the museum exhibiting of fashion as well as the different conceptions of its exhibition, the author strives to – through the juxtaposition of international and national exhibitions catch sight of the causes of the lack of a museology of fashion, and open up the issue of its affirmation within the professional academic and museum community of Serbia.

Key words: fashion, museums, musealization, identification, audience

La muséalisation sans muséologie : les musées nationaux et les expositions de mode entre l'histoire, la théorie et la pratique

Les études de la théorie et de l'histoire de la mode, jusqu'à récemment rangées dans les études de la culture, du genre, de la communicologie, de l'histoire de l'art et de l'anthropologie, s'affirment comme disciplines particulières sur la carte académique du XXI^e siècle. Réunissant les contextes mentionnés, les études de la mode s'affirment principalement dans le cadre de la muséologie de la mode, appelée encore *fashion museology*, et devenant une des tendances dominantes dans le cadre des pratiques muséologiques contemporaines. Cet article considère la mode comme un système particulier, codé par des codes socioculturels, et trouve la raison des expositions de mode de plus en plus nombreuses sur la scène aussi bien internationale que nationale dans les codes de la mode allant de l'esthétique au commercial. En affirmant la mode comme un art d'une part, puis en augmentant la profitabilité de l'institution de l'autre, l'exposition de mode permet au musée d'être „à la mode“ c'est-à-dire au courant des concepts plus contemporains et libéraux. Même si dans l'année en cours un grand nombre d'expositions de mode sont organisées dans les musées nationaux, la mode n'a toujours pas sa muséologie, c'est-à-dire de théorie scientifique qui l'expliquerait en tant que phénomène muséal. Les articles exposés sont interprétés historiquement, et c'est leur valeur utilitaire et esthétique qui est expliquée, alors que la réponse n'est pas donnée la question de savoir pourquoi la mode comme aspect de l'art ou de production culturelle est exposée au consommateur de l'exposition, c'est-à-dire au visiteur. En analysant les événements historiques qui ont conditionné l'exposition des articles de mode dans les musées, puis différents concepts de cette exposition, à travers la juxtaposition des expositions internationales et nationales, l'auteur du texte tend à déterminer les causes de l'absence d'une muséologie de la mode, puis à ouvrir la question de son affirmation auprès du public académique et muséologique de Serbie.

Mots clés: mode, musée, muséalisation, identification, public

Primljeno / Received: 5.11.2015.

Prihvaćeno / Accepted: 21.11.2015.