



Διπλωματική Εργασία

Μουσειολογία Μόδας:
Νέες προοπτικές για το μουσείο και το κοινό του

Μαριέλενα Βρανά, Αριθμός Μητρώου: 4114M026

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια: Ανδρομάχη Γκαζή

Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Πολιτιστική Διαχείριση»
Ακαδημαϊκό Έτος 2014-2015

ΜΑΙΟΣ 2016

Η παρούσα εργασία εκπονήθηκε στα πλαίσια του Μεταπτυχιακού Προγράμματος «Πολιτιστικής Διαχείρισης» του Τμήματος Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού, του Παντείου Πανεπιστημίου.

Ακαδημαϊκό έτος 2014 – 2015

Παράδοση : Μάιος 2016

Τριμελής Επιτροπή Καθηγητών:

Ανδρομάχη Γκαζή (Επίκουρη Καθηγήτρια)

Μαρία Παραδείση (Επίκουρη Καθηγήτρια)

Παναγιώτα Τσακαρέστου (Επίκουρη Καθηγήτρια)

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια:

Ανδρομάχη Γκαζή

Εικόνα Εξωφύλλου : Στιγμιότυπο από την έκθεση *Belissima: L'Italia dell'alta moda 1945-1968*, Monza Villa Reale, 2015

ΠΡΟΛΟΓΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ

Η παρούσα εργασία δε θα μπορούσε να είχε πραγματοποιηθεί χωρίς την ουσιαστική συμβολή συγκεκριμένων ανθρώπων, τους οποίους και νιώθω την ανάγκη να αναφέρω εδώ ξεχωριστά.

Κατ' αρχάς, οφείλω θερμές ευχαριστίες στην επιβλέπουσα καθηγήτριά μου, κα. Ανδρομάχη Γκαζή, για την πολύτιμη καθοδήγηση και τις εύστοχες παρατηρήσεις της, που συνέβαλλαν καθοριστικά στη βελτίωση αυτής της εργασίας.

Ευχαριστώ επίσης θερμά την βιβλιοθηκονόμο, κα. Δήμητρα Λέγγα, από το τμήμα διαδανεισμού της βιβλιοθήκης, για την παροχή του επιστημονικού υλικού που μου επέτρεψε να διερευνήσω το θέμα μου επαρκώς.

Φυσικά να εκφράσω τις ιδιαίτερες ευχαριστίες μου για :

Την κα. Κασσιανή Πλατή, γραμματέα της κας. Ιωάννας Παπαντωνίου, για τις σημαντικές πληροφορίες, που μου έδωσε, για τη δράση του Πελοποννησιακού Λαογραφικού Ιδρύματος.

Την κα. Έλια Πετρίδου, ιδρυτικό μέλος της Ελληνικής Εταιρείας Ενδυμασιολογίας, για τη συνέντευξη που μου παραχώρησε σχετικά με τη δράση της.

Την κα. Κίκα Κυριακάκου, υπεύθυνη επικοινωνίας του Οργανισμού Atoros , καθώς και τον καλλιτεχνικό διευθυντή του, κο. Βασίλη Ζηδιανάκη, για τη συνέντευξή, που μου παραχώρησε σχετικά με την δημιουργία των πρώτων εκθέσεων σύγχρονης μόδας στο ελληνικό μουσειακό πλαίσιο.

Την κα. Ρεγγίνα Αλιβιζάτου, υπεύθυνη επικοινωνίας του Ιδρύματος Deste, καθώς και την κα. Νάντια Αργυροπούλου, μέλος της επιμελητικής ομάδας του πρότζεκτ: “Deste Fashion Collection: 1 to 8”, για τη συνέντευξη, που μου παραχώρησε, σχετικά με τη συνύπαρξη της μόδας με την τέχνη στο μουσειακό περιβάλλον.

Τέλος, ευχαριστώ την οικογένεια μου για την υποστήριξή της όλο αυτό το διάστημα και τη δυνατότητα που μου έδωσε να επισκεφθώ την περίφημη έκθεση μόδας Άγρια Ομορφιά στο Μουσείο Victoria and Albert του Λονδίνου.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΡΟΛΟΓΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ	
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ.....	
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ.....	
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	
1. Πώς προσδιορίζεται ο όρος «μουσειολογία της μόδας».....	
1.1 Μουσειολογία του ενδύματος και μουσειολογία της μόδας.....	
1.2. Αναδρομή στην εξέλιξη των μουσειακών συλλογών ενδυμάτων.....	
1.2.1. Η περίπτωση της Μεγάλης Βρετανίας.....	
1.2.2. Η περίπτωση της Γαλλίας.....	
1.2.3. Η περίπτωση των Η.Π.Α.....	
1.3. Οι πρώτες εκθέσεις σύγχρονης μόδας σε μουσεία.....	
1.3.1. Η έκθεση <i>Μόδα: Μία Ανθολογία από τον Cecil Beaton,</i> 1971.....	
1.3.2 Οι εκθέσεις της Diana Vreeland στο Costume Institute, 1972- 1989.....	
1.4 Οι εκθέσεις μόδας στη σύγχρονη εποχή.....	
1.4.1 Τα μουσεία σχεδιαστών.....	

2. Η οικονομική διάσταση της μουσειολογίας της μόδας.....

2.1. Η αντίληψη της μόδας ως τέχνη.....

3. Επιμελητικές Προσεγγίσεις.....

3.1. Η δεύτερη φύση του ενδύματος ως εκθεσιακό αντικείμενο.....

3.2. Η έμφυλη διάκριση του επιμελητή ενδύματος

3.2.1 Ο επιμελητής μόδας.....

3.3. Το ζήτημα της αναπαράστασης του ενδύματος σε κούκλες.....

3.4. Νέες προσεγγίσεις.....

4. Η ελληνική περίπτωση**ΕΠΙΛΟΓΟΣ.....****ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....****ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....**

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα Εξωφύλλου : Στιγμιότυπο από την έκθεση *Belissima: L'Italia dell'alta moda 1945-1968*, Monza Villa Reale, 2015

Πηγή: Από το φωτογραφικό αρχείο του Edward Enninful, Διαθέσιμο στο https://www.instagram.com/p/7_UPotKz0H/?taken-by=edward_eninful (τελευταία προσπέλαση 20/5/2016)

Εικόνα 1: Η έκθεση ιστορικού ενδύματος στη *Long Gallery* του Victoria and Albert Museum, 1913

Πηγή: Clark, J and De la Haye, A. (2014). *Exhibiting Fashion Before and After 1971*, London, Yale University Press, σελ.15

Εικόνα 2: Άποψη της έκθεσης «*Μόδα: Μία Ανθολογία από τον Cecil Beaton*», Victoria and Albert Museum, 1971

Πηγή: Clark, J and De la Haye, A. (2014). *Exhibiting Fashion Before and After 1971*, London, Yale University Press, σελ.102

Εικόνα 3: Η Diana Vreeland στην έκθεση «*Το ρομαντικό και πολυτελές Χολιγουντιανό σχέδιο*», The Costume Institute at the Metropolitan Museum of Art, 1975

Πηγή: Koda, H. & Martin, R. (1993). *Diana Vreeland: Immoderate Style*, New York, The Metropolitan Museum of Art, σελ.19

Εικόνα 4: Η μπουτίκ της δανέζικης εταιρείας *Wood Wood*

Πηγή: Επίσημη Ιστοσελίδα της Εταιρείας *Wood Wood*, <http://www.woodwood.com/storesmobilmuseum> (τελευταία προσπέλαση 20/5/2016)

Εικόνα 5: Εικόνα 5. Στιγμιότυπο από την έκθεση «Κίνα: Μέσα από τον καθρέφτη», The Costume Institute at the Metropolitan Museum of Art, 2015

Πηγή: Επίσημη Ιστοσελίδα της εφημερίδας *The New York Times*, Διαθέσιμο στο http://www.nytimes.com/2015/08/30/fashion/nyc-museum-met-exhibition-china-and-fashion-proves-golden.html?_r=1 (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)

Εικόνα 6: Δημιουργία του Li Xiaofeng για την έκθεση «Κίνα: Μέσα από τον καθρέφτη», The Costume Institute at the Metropolitan Museum of Art, 2015

Πηγή: Επίσημη Ιστοσελίδα της εφημερίδας *The Guardian*, Διαθέσιμο στο <http://www.theguardian.com/fashion/2015/aug/19/china-through-the-looking-glass-show-breaks-metropolitan-museum-record> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)

Εικόνα 7: Από το φωτογραφικό αρχείο της συντάκτριας της εργασίας

Εικόνα 8: Στιγμιότυπο από την έκθεση «Άγρια Ομορφιά», Victoria and Albert Museum, 2015

Πηγή: Επίσημη Ιστοσελίδα του περιοδικού *Grazia Daily*, Διαθέσιμο στο <http://lifestyle.one/grazia/fashion/shopping/alexander-mcqueen-savage-beauty-exhibition-v/> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)

Εικόνα 9: Άποψη της έκθεσης «Giorgio Armani», Guggenheim Museum, 2000

Πηγή: <http://www.shoppingandcharity.it/en/magazine/giorgio-armani-has-gifted-milan-exhibition-area-armani-silos> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)

Εικόνα 10: Η έκθεση «Mademoiselle Privé», Saatchi Gallery 2015

Πηγή:

https://www.google.gr/search?q=mademoiselle+prive&bih=535&biw=1067&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwj33sGYy6DMAhUMKywKHHTfCJUQ_AUIBygB#imgsrc=35vCb8K37sQwhM%3A (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)

Εικόνα 11: Η έκθεση «Αλησμόνητα νυφικά φορέματα», Palácio do Cadaval, 2015

Πηγή: Επίσημη Ιστοσελίδα City Guide Lisbon, Διαθέσιμο στο

<https://cityguidelisbon.com/2015/07/28/wedding-gowns-palacio-do-cadaval/>

(τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)

Εικόνα 12: Η επίδειξη της συλλογής Άνοιξη 2016 της Carolina Herrera στο Μουσείο Frick

Πηγή: Επίσημη Ιστοσελίδα της εφημερίδας *The New York Times*, Διαθέσιμο στο

[http://www.nytimes.com/interactive/projects/cp/inside-fashion-week/spring-](http://www.nytimes.com/interactive/projects/cp/inside-fashion-week/spring-2016/carolina-herrera-at-the-frick)

[2016/carolina-herrera-at-the-frick](http://www.nytimes.com/interactive/projects/cp/inside-fashion-week/spring-2016/carolina-herrera-at-the-frick) (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)

Εικόνα 13: Η εγκατάσταση του Gianfranco Ferré στη Μπιενάλε Μόδας, Φλωρεντία, 1996

Πηγή: Clark, J and De la Haye, A. (2014). *Exhibiting Fashion Before and After 1971*,

London, Yale University Press, σελ.132

Εικόνα 14: Στιγμιότυπο από την έκθεση «Madame Grès: Couture at Work», Musée Bourdelle, 2011

Πηγή: Επίσημη Ιστοσελίδα της εφημερίδας *The New York Times*, Διαθέσιμο στο

[http://mobile.nytimes.com/2011/07/05/fashion/is-fashion-really-museum-](http://mobile.nytimes.com/2011/07/05/fashion/is-fashion-really-museum-art.html?referer=)

[art.html?referer=](http://mobile.nytimes.com/2011/07/05/fashion/is-fashion-really-museum-art.html?referer=) (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)

Εικόνα 15: Άποψη της έκθεσης *Ραπτική/Γλυπτική*, Galleria Borghese, 2015

Πηγή: Επίσημη Ιστοσελίδα της εφημερίδας *El Mundo*, Διαθέσιμο στο

<http://www.elmundo.es/yodona/blogs/inspirada/2015/11/24/-alaia-escultor-.html>

(τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)

Εικόνα 16: Στιγμιότυπο από την έκθεση *Έμπνευση Dior*, Pushkin Museum, 2011

Πηγή: Επίσημη Ιστοσελίδα του περιοδικού *Senatus*, Διαθέσιμο στο

<https://senatus.net/event/inspiration-dior-pushkin-museum-moscow/> (τελευταία

προσπέλαση:20/5/2016)

Εικόνα 17: Ο Jean Paul Gaultier με τα ψηφιακά μοντέλα της έκθεσης «Jean Paul Gaultier: Από το πεζοδρόμιο στην πασαρέλα», Μουσείο Καλών Τεχνών του Μόντρεαλ, 2011

Πηγή: Επίσημη Ιστοσελίδα της εφημερίδας *The New York Times*, Διαθέσιμο στο http://www.nytimes.com/2011/06/18/fashion/18iht-rjpg18.html?_r=0 (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)

Εικόνα 18: Η παρουσίαση του Alexander McQueen, στα πλαίσια του πρότζεκτ «η μόδα σε κίνηση», 1999, Victoria and Albert Museum

Πηγή: Επίσημη Ιστοσελίδα του Victoria and Albert Museum, Διαθέσιμο στο <http://www.vam.ac.uk/content/articles/f/fashion-in-motion-alexander-mcqueen/> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)

Εικόνα 19: Η Tilda Swinton στην έκθεση «Η ανέφικτη γκαρνταρόμπα», Palais de Tokyo, 2013

Πηγή: Επίσημη Ιστοσελίδα του περιοδικού *Vogue*, Διαθέσιμο στο <http://www.vogue.com/868511/haute-solo-tilda-swinton-in-the-impossible-wardrobe/> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)

Εικόνα 20: Άποψη της έκθεσης «Φαντάσματα: όταν η μόδα κοιτά πίσω», Victoria and Albert Museum, 2005

Πηγή: Επίσημη Ιστοσελίδα του Victoria and Albert Museum, Διαθέσιμο στο <http://www.vam.ac.uk/content/articles/s/spectres/> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)

Εικόνα 21: Στιγμιότυπο της έκθεσης *Μόδα του δρόμου: Από το πεζοδρόμιο στην πασαρέλα*, Victoria and Albert Museum, 1994

Πηγή: <https://gr.pinterest.com/pin/446419381784284925/> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)

Εικόνα 22: Άποψη της έκθεσης «Πτυχώσεις», Μουσείο Μπενάκη, 2004

Πηγή: Σελίδα της Ημερίδας *Exhibiting Dress. Engaging with the past and present*,

Διαθέσιμο στο

<https://www.facebook.com/events/587348741423783/591063161052341/>

(τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)

Εικόνα 23: Στιγμιότυπο της διαδήλωσης των τεράτων στα εγκαίνια της έκθεσης «ARRRRGH! Τέρατα και Σημεία στη Μόδα», Μουσείο Μπενάκη, 2011

Πηγή: Διαθέσιμο στο <http://www.girlslabel.com/arrrrgh-monsters-in-de-mode/>

(τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)

Εικόνα 24: Άποψη της έκθεσης «destefashioncollection 1 to 8», Μουσείο Μπενάκη, 2014

Πηγή: Επίσημη Ιστοσελίδα του Ιδρύματος ΔΕΣΤΕ, Διαθέσιμο στο

<http://deste.gr/exhibition/destefashioncollection-1-to-8/> (τελευταία

προσπέλαση:20/5/2016)

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

«Τα ενδύματα είναι η συντομογραφία της ανθρώπινης υπόστασης»¹, Claire Wilcox

Η παρούσα εργασία επιχειρεί να εξετάσει το πρόσφατο φαινόμενο της παραγωγής μεγάλων, ευπώλητων εκθέσεων μόδας στα μουσεία. Η πρακτική αυτή ορίστηκε το 2011 ως «μουσειολογία μόδας», από τη θεωρητικό και επίκουρη καθηγήτρια στο πανεπιστήμιο της Κοπεγχάγης, Marie Riegels Melchior.

Παρότι οι συλλογές ενδύματος στα μουσεία, έχουν παγιωθεί ήδη από τη μεταπολεμική περίοδο, οι σύγχρονες εκθέσεις μόδας, υπερβαίνουν τον ιστορικό χαρακτήρα των συλλογών αυτών, συνδέοντας τα μουσεία με την επικαιρότητα και το παρόν. Οι εκθέσεις αυτές φέρονται να επισκιάζουν τις παραδοσιακές θεματικές, που εμπίπτουν στις Καλές Τέχνες, προσελκύοντας έναν μεγάλο αριθμό επισκεπτών και μετατρέποντας τα μουσεία σε σημείο αναφοράς.

Η αναμόρφωση του μουσειακού προφίλ μέσω της ενασχόλησης με τη μόδα, όμως, επικρίνεται ως υποταγή στις συνθήκες της αγοράς, εξυπηρετώντας τα συμφέροντα των μεγάλων ομίλων της βιομηχανίας της μόδας και θέτοντας σε δεύτερη μοίρα τους εκπαιδευτικούς σκοπούς των μουσείων.

Στο πλαίσιο αυτό η εργασία πραγματεύεται ένα εύρος θεματικών ξεκινώντας από την καθιέρωση των πρώτων συλλογών ενδύματος στα μουσεία και τις πρώτες εκθέσεις μόδας μέχρι τις σύγχρονες επιμελητικές προσεγγίσεις.

Πιο αναλυτικά, στο πρώτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η διάκριση των όρων «μουσειολογία του ενδύματος» και «μουσειολογία της μόδας», προκειμένου να κατανοηθεί το διαφορετικό πεδίο δράσης τους. Στη συνέχεια επιχειρείται μια χρονική αναδρομή στις τρεις περιόδους εξέλιξης των συλλογών ενδύματος στα μουσεία, με ιδιαίτερη έμφαση στις περιπτώσεις της Μεγάλης Βρετανίας, της Γαλλίας και των Η.Π.Α, αφού σε αυτές τις χώρες εντοπίζονται τα μουσεία με τις σημαντικότερες συλλογές ενδύματος και κατ'επέκταση μόδας, σε διεθνές επίπεδο.

¹ (στο Taylor, 2002:1)

Η ανάλυση των πρώτων εκθέσεων μόδας κατά τη δεκαετία του '70 και η ένταξη του στοιχείου του θεάματος επεξηγούν το πώς η μόδα, ως ζωντανό κομμάτι της δημοφιλούς κουλτούρας, αρχίζει να αναμορφώνει τον παρωχημένο και στατικό τρόπο παρουσίασης των ενδυμάτων στα μουσεία. Ως αποτέλεσμα της ισχυροποίησης της μόδας στα μεγάλα, παραδοσιακά μουσεία, πλέον, γίνεται ακόμη αναφορά στην ανάδυση ειδικευμένων μουσείων μόδας αλλά και μουσείων σχεδιαστών.

Στο δεύτερο κεφάλαιο, εξετάζεται η οικονομική διάσταση της μουσειολογίας της μόδας. Πιο συγκεκριμένα, γίνεται αναφορά σε αντιπροσωπευτικές εκθέσεις που έχουν σημειώσει ρεκόρ επισκεπτών σε μουσεία μεγάλων πολιτιστικών πρωτευουσών, αποτελώντας παράδειγμα μίμησης μικρότερων θεσμών. Παράλληλα παρουσιάζεται μέρος της κριτικής που έχει ασκηθεί σε αυτή την πολιτική ενσωμάτωσης εκθέσεων μόδας των μουσείων στον κεντρικό τους προγραμματισμό, ως στρατηγική κερδοσκοπίας, αλλά και το πώς η βιομηχανία της μόδας και οι οίκοι υπερβαίνουν πλέον τα μουσεία και τους επιμελητές τους, δημιουργώντας εκθέσεις που προσομοιάζουν σε προσεκτικά κατασκευασμένες διαφημιστικές καμπάνιες. Ως υποκεφάλαιο εξετάζεται η αντιπαραβολή μόδας και τέχνης, οι μεταξύ τους συγγένειες στη διαμόρφωση της αισθητικής και στην έκφραση κοινωνικών προβληματισμών και η αναγωγή της μόδας σε μορφή τέχνης από τους επιμελητές, ως κίνηση νομιμοποίησής της εντός του μουσειακού περιβάλλοντος.

Το τρίτο κεφάλαιο είναι αφιερωμένο στον τρόπο μελέτης του ενδύματος στο μουσείο, ως φορέα προσωπικών ιστοριών, που ταυτόχρονα βοηθά στην ανασύσταση της ευρύτερης κοινωνικής ιστορίας. Ακόμη, εξετάζεται η έμφυλη διάκριση του επιμελητή του ενδύματος και οι νέες κατευθύνσεις που ορίζονται για τον επιμελητή της μόδας. Γίνεται επίσης αναφορά στην τυπολογία των εκθέσεων μόδας και στις νέες κατευθύνσεις της επιμέλειας όπως η στροφή προς μια εννοιολογική προσέγγιση, που εξετάζει τη μόδα ως αντικατοπτρισμό βαθύτερων ιδεών.

Το τέταρτο κεφάλαιο επικεντρώνεται στην υπόσταση του ενδύματος και της μόδας στην Ελλάδα και στη συνεισφορά συγκεκριμένων προσώπων και θεσμών στη σχηματική τους παρουσία στο μουσείο, ακολουθώντας διεθνή πρότυπα και τάσεις.

Στο παράρτημα της εργασίας είναι διαθέσιμες οι συνεντεύξεις δύο σημαντικών επιμελητών εκθέσεων μόδας στην Ελλάδα, αυτές του Βασίλη Ζηδιανάκη και της Νάντιας Αργυροπούλου, που επεξηγούν νέες μεθόδους προσέγγισης της μόδας.

ΜΟΥΣΕΙΟΛΟΓΙΑ ΜΟΔΑΣ

1. Πώς προσδιορίζεται ο όρος «μουσειολογία της μόδας»

Ο σχετικά πρόσφατος όρος «**μουσειολογία της μόδας**», δημιουργήθηκε για να προσδιορίσει την αναδυόμενη διεθνώς τάση αρκετών μουσείων να επενδύουν σε σημαντικό μέρος του προγραμματισμού τους, στην παραγωγή και στην επιμέλεια εκθέσεων μόδας. Ως προέκταση, της «**μουσειολογίας του ενδύματος**», που θα αναλυθεί παρακάτω, ο όρος αυτός αποτελεί «φαινόμενο του τέλους του 20^{ού} αιώνα» (Melchior,2014: 6) και συνδέεται με μία προσπάθεια μεγαλύτερης εξωστρέφειας και προσέλκυσης διαφορετικών κοινωνικών ομάδων, στοχεύοντας στη δημιουργία ενός «δημοσίου προφίλ που περιλαμβάνει όλο το κοινό» (Melchior and Svensson,2014: 6).

Η μόδα επιλέγεται συνειδητά σαν μία κίνηση ανανέωσης, σαν μία

«αποτελεσματική στρατηγική για να επιτευχθεί το περασμένων δεκαετιών παράδειγμα της νέας μουσειολογίας που εξακολουθεί να παρέχει το πρότυπο για την πολιτική των μουσείων και το στόχο μεγαλύτερης κοινωνικής ένταξης ανάμεσα στους επισκέπτες» (Vergo στο Melchior and Svensson,2014: 6).

Πέρα από τα μεγάλα, παραδοσιακά ιδρύματα με τις συλλογές που εστιάζουν στις διακοσμητικές τέχνες, αλλά και τα σύγχρονα μουσεία, αφιερωμένα αποκλειστικά στο ένδυμα, είναι ενδιαφέρον το πώς μουσεία φαινομενικά ασύνδετα ως προς τον τύπο και την αποστολή τους με την έννοια της μόδας, επιχειρούν να ανανεώσουν το προφίλ τους και να παραμείνουν επίκαιρα, επιλέγοντας τη διοργάνωση μιας έκθεσης μόδας.

Ένα τέτοιο χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι αυτό του *Imperial War Museum* στο Λονδίνο, που έκανε την πρώτη του έκθεση μόδας με τίτλο «Η μόδα στη δεκαετία του '40», το 1997. Η έκθεση αυτή αποδείχθηκε τόσο δημοφιλής που πήρε παράταση, συστήνοντας μία νέα ομάδα κοινού στο μουσείο (De la Haye,2010: 286) :

«οι περισσότεροι από τους επισκέπτες ήταν γυναίκες, οι οποίες σε κανονικές συνθήκες ίσως να μην είχαν επισκεφθεί το μουσείο με τα τάνκς και τους πυρηνικούς πυραύλους τοποθετημένα σε τόσο περίοπτη θέση στην είσοδο του» (Taylor,2004: 287).

Η μουσειολογία της μόδας περιγράφει αυτή την αυξανόμενη προσοχή των μουσείων στη μόδα και στη διακήρυξη νέων μουσειακών ιδεολογιών ως απότοκου του παραδείγματος της νέας μουσειολογίας, τονίζοντας όμως ουσιαστικά, όπως θα εξεταστεί παρακάτω, «έναν πολύ διαφορετικό ενθουσιασμό με το καινούριο» (Melchior and Svensson,2014: 6).

1.1 Μουσειολογία του ενδύματος και μουσειολογία της μόδας

Πριν περάσουμε στο διαχωρισμό των λειτουργιών των δύο εννοιών στο μουσειακό περιβάλλον είναι χρήσιμο να γίνει αναφορά στην ετυμολογία των εννοιών **ένδυση** και **μόδα**.

Σύμφωνα με το λεξικό μόδας *Fairchild* ως ένδυση ορίζεται η «συνολική διεύθυνση όλων των εξωτερικά ανιχνεύσιμων τροποποιήσεων του ίδιου του σώματος και όλων των υλικών αντικειμένων που έχουν προστεθεί σε αυτό» (Calasibetta and Tortora στο Schwartz,2012: 30).

Η μόδα, από την άλλη, νοείται ως ένα «κοινωνικοπολιτισμικό φαινόμενο κατά το οποίο μία προτίμηση για ένα συγκεκριμένο στυλ που μοιράζεται από έναν μεγάλο αριθμό ατόμων, διαρκεί για ένα σχετικά σύντομο χρονικό διάστημα και έπειτα αντικαθίσταται από ένα άλλο στυλ.» (ibid.).

Μέχρι πρόσφατα, βέβαια τόσο η ενδυμασία όσο και η μόδα σε πολλές μουσειακές συλλογές περιγράφονταν γενικά ως **κοστούμια** (*costume*),

«όρος που μπορούσε να συμπεριλάβει ένα επίσημο, πολυτελές ένδυμα, μία θεατρική αμφίεση, μία στολή εργασίας καθώς και ένα απλό βαμβακερό φόρεμα φορεμένο από μία γυναίκα της εργαζόμενης τάξης κατά το 19^ο αιώνα, ένα ανδρικό σακάκι της σύγχρονης μόδας κεντημένο με στρας ή ένα ζωγραφισμένο στο χέρι μεταξωτό κιμονό» (De la Haye,2010: 285).

Η τυπολογική διάκριση μεταξύ της **μουσειολογίας του ενδύματος** και της **μουσειολογίας της μόδας**, είναι απαραίτητη για την «κατανόηση των πρόσφατων εξελίξεων της μόδας στα μουσεία και τις προκλήσεις τις οποίες εκείνα καλούνται να αντιμετωπίσουν όταν την περιλαμβάνουν σαν μέρος της δράσης τους» (Melchior and Svensson,2014: 2).

Η **μουσειολογία του ενδύματος** έχει ως ειδοποιό διαφορά της την εξειδικευμένη γνώση. Επιτρέπει την εξακρίβωση στην εξέταση ενός ενδύματος όχι μόνο της αυθεντικότητας του αλλά μέσω του ελέγχου της κατασκευής, του χρώματος και της φόρμας δίνει τις απαραίτητες πληροφορίες για την αναγνώριση σημαντικών διαφοροποιήσεων (Melchior and Svensson,2014: 202).

Πρόκειται για την κατανόηση της

«δεξιοτεχνίας, της προέλευσης και της αυθεντικότητας αλλά και των συνθηκών και των διαδικασιών παραγωγής. [...] Η λεπτομέρεια είναι ένα σημαντικό χαρακτηριστικό για τη μουσειακή έρευνα που αφορά τη μουσειολογία του ενδύματος. Είναι τα μικρά ίχνη, τα φαινομενικά ασήμαντα, εκείνα που θα δημιουργήσουν τη διαφορά και ακόμη θα καταστήσουν εφικτή την ανακάλυψη ευρύτερων ζητημάτων της ιστορίας» (ibid.)

Σε γενικές γραμμές, η μουσειολογία του ενδύματος, πέρα από το ακαδημαϊκό της υπόβαθρο χαρακτηρίζεται από τον παραδοσιακό ρόλο της «συντήρησης, της τεκμηρίωσης των αντικειμένων, της λήψης δανείων και του εμπλουτισμού» της υπάρχουσας συλλογής των ενδυμάτων ενός μουσειακού θεσμού (Clark and De la Haye, 2014: 171). Η μουσειολογία του ενδύματος βασίζεται κυρίως:

«στις κατευθυντήριες γραμμές του ICOM για τη φροντίδα των ενδυμάτων, είναι μία ενεργή πρακτική, μία καθιερωμένη μέθοδος για τον προσεκτικό χειρισμό των ενδυμάτων με βλέψη την καλύτερη δυνατή διατήρησή τους στο μέλλον. Παρέχει τα θεμέλια για την εξέλιξη της ιστορίας του ενδύματος και η ακριβής της καταγραφή των αντικειμένων αποτελεί πολύτιμη συμβολή για την κατανόηση της κοπής, της κατασκευής και της δημιουργίας του ενδύματος» (Melchior, 2011: 6).

Η μέριμνα της σχετίζεται με την «πραγματική υλική υπόσταση των ενδυμάτων και την εφαρμογή του συλλέγειν» (Melchior and Svensson, 2014: 11). Για να είναι σωστή, η λειτουργία της προϋποθέτει κοστοβόρες διαδικασίες, καθώς «απαιτεί ευρύχωρες, κλιματολογικά ελεγχόμενες εγκαταστάσεις αποθήκευσης, αυστηρό χειρισμό και πρακτικές συντήρησης» (Melchior and Svensson, 2014: 11).

Αντίθετα, η **μουσειολογία της μόδας** στηρίζεται στη δημιουργικότητα και στη φαντασία και κυρίως στην άυλη σύλληψη της δημιουργίας μιας νέας εικόνας, καθώς

«δίνει έμφαση στην ορατότητα του μουσείου μέσα από το στήσιμο θεαματικών εκθέσεων, δημιουργώντας κατά κύριο λόγο μοναδικές εμπειρίες για τους επισκέπτες διευρύνοντας μόνο σε δευτερεύοντα βαθμό τις δυνατότητες νέων προσθηκών σε μία συλλογή. Είναι μία παροδική πρακτική που λειτουργεί στο προσκήνιο και πιστεύεται ότι έχει μακροπρόθεσμη επίδραση στην αναγνώριση του μουσείου μέσα από την αύξηση του αριθμού των επισκεπτών του παρά σε σχέση με το χτίσιμο της μουσειακής συλλογής και τη διαφύλαξη της κληρονομιάς της μόδας συνολικά» (Melchior and Svensson, 2014: 11).

Συνεπώς, η μουσειολογία της μόδας μπορεί να χαρακτηριστεί ως μία μεταλλαγή της μουσειολογίας του ενδύματος με επικοινωνιακές και εμπορικές προεκτάσεις, «χτίζοντας σχέσεις με νέους επισκέπτες και δημιουργώντας διασυνδέσεις με εμπορικούς εταίρους (επενδυτές, χορηγούς, προγραμματιστές προϊόντων)» (Melchior and Svensson,2014: 12) μέσω αυτής της άμεσης προσέγγισης που εισάγει.

Εξυπακούεται πως η μουσειολογία της μόδας στηρίζεται στο ένδυμα, αφού η μόδα «κατά πρώτο και κύριο λόγο γίνεται αντιληπτή ως ένας συγκεκριμένος τύπος ρούχων μέσα στο μουσειακό περιβάλλον» (Melchior and Svensson,2014: 11).

Ο ρόλος της όμως προσανατολίζεται ευρύτερα στο σκοπό του μουσείου, στο

«πώς μπορεί να αφορά τους ανθρώπους και την κοινωνία, στο πώς μπορεί να προσεγγίσει τους μη καθιερωμένους επισκέπτες μουσείων και στο πώς μπορεί να λειτουργήσει οικονομικά τη στιγμή που οι κυβερνήσεις μειώνουν τις επιχορηγήσεις για τη στήριξη των πολιτιστικών θεσμών» (Melchior and Svensson,2011: 6).

Σε παραδοσιακούς θεσμούς συντήρησης και περισυλλογής πάνω στην πολιτιστική κληρονομιά, όπως είναι το μουσείο, η ένταξη της μόδας «μοιάζει να το ξεσκονίζει και να το καθιστά φιλόξενο, δυναμικό και ελκυστικό» (Melchior and Svensson,2014: 12).

Σε αρκετές παραμέτρους αυτή η πρόθεση της μουσειολογίας της μόδας

«παραλληλίζεται με το ιδεολογικό κίνημα των κριτικών μουσειακών σπουδών κάτω από το πρόταγμα της νέας μουσειολογίας που περιλαμβάνει ένα πρόγραμμα ευέλικτης μουσειολογίας, την κριτική προσέγγιση των μουσειακών πρακτικών, και τη συνεχή εστίαση στο δημοκρατικό καθήκον της διάδρασης με τους επισκέπτες, ειδικά τους νέους» (Melchior and Svensson,2014: 12).

Σε δεύτερη ανάγνωση, όμως, η μουσειολογία της μόδας και η επικαιροποίηση του μουσειακού θεσμού ταυτίζονται περισσότερο με αυτό που αποκαλείται ως «νέο μουσειακό ήθος» (Message στο Melchior and Svensson,2014: 12).

Το νέο μουσείο δηλαδή, «συνιστά έναν νέο φυσικό θεσμό που δεν προσδιορίζεται πλέον από τις κατηγορίες των αντικειμένων της συλλογής του αλλά περισσότερο από αυτή την εικόνα του καινούριου», που επιχειρεί να προβάλλει στη σύγχρονη κοινωνία (Melchior and Svensson,2014: 12).

Η τροχιά της μόδας στο μουσειακό πλαίσιο μετατοπίζει την προσοχή από την παραδοσιακή συλλογή ενδυμάτων στη σύγχρονη δημιουργία, από τη σημασία του αντικειμένου στη σημασία της εμπειρίας της ίδιας της έκθεσης και σε άλλες προσκηνιακές δραστηριότητες, εκκινώντας έτσι τον προβληματισμό για την εξισορρόπηση της ακαδημαϊκής έρευνας και του εκπαιδευτικού ρόλου του μουσείου πλάι στο νέο εμπορικό του χαρακτήρα (Melchior and Svensson,2014: 13-14).

Το ζήτημα της οικονομικής βιωσιμότητας του μουσείου σε συνάρτηση με νέες ενέργειες προώθησης θα εξεταστεί εκτενώς σε επόμενο κεφάλαιο. Πριν από κάθε τέτοια διερεύνηση είναι απαραίτητη η επισκόπηση της ένταξης του ενδύματος στις μουσειακές συλλογές.

1.2 Αναδρομή στην εξέλιξη των μουσειακών συλλογών ενδυμάτων

Καθώς η ιστορική εξέλιξη της μόδας στα μουσεία είναι «άρρηκτα συνδεδεμένη με την ύπαρξη ενδυμάτων και αξεσουάρ» στις συλλογές τους (Melchior,2014: 6), θα γίνει μία χρονική αναδρομή στις τρεις βασικές περιόδους διαμόρφωσης και καθιέρωσης της συλλογής ενδυμάτων στα μουσεία καθώς και μία ειδική αναφορά σε βασικούς θεσμούς με τη μεγαλύτερη παράδοση στην κατοχή τέτοιων συλλογών στο δυτικό κόσμο.

Σύμφωνα με την Akiko Fukai, ανιχνεύοντας την ιστορία των κοστουμιών και των υφασμάτων στις μουσειακές συλλογές μπορούμε να εντοπίσουμε την εξέλιξη και τις αλλαγές στα μουσεία που σχετίζονται με το ένδυμα και τη μόδα σε τρεις περιόδους:

«Η πρώτη περίοδος πριν από το 1970, χαρακτηριζόταν από μία γενική προσέγγιση ως προς τη συλλογή του ενδύματος και της μόδας. Κατά τη δεύτερη περίοδο από το 1970 μέχρι το 1990, τα μουσεία έτειναν να αναπτύξουν ένα εξειδικευμένο ενδιαφέρον σε ορισμένες πτυχές του ενδύματος και της μόδας. Τα μουσεία της τρίτης περιόδου, του 21^{ου} αιώνα, μοιάζουν πλέον να μετακινούν την προσοχή τους από το Παρίσι σε άλλα κέντρα της μόδας που έχουν αναπτυχθεί σε όλο τον κόσμο» (Fukai,2010: 288).

Ήδη από τα τέλη του 16^{ου} αιώνα στην Ευρώπη, εθνογραφικές ενδυμασίες αποτελούσαν κομμάτι των προσωπικών συλλογών των ευγενών ως «οπτικά πειστήρια της ύπαρξης εξωτικών και μυστήριων λαών. Τα τεχνουργήματα αυτά εκτίθονταν στις κάμαρες με τα θαυμαστά αντικείμενα (wonder rooms of art) ως αξιοπερίεργα και συχνά ανεπαρκώς ταυτοποιημένα είδη αντικειμένων» (Taylor,2004: 67).

Ως μία πρώτη σκόπιμη έκθεση ενδύματος θεωρείται εκείνη που «το Βασιλικό Οπλοστάσιο (Royal Armory) εγκαινίασε ως μουσείο στο παλαιό Three Crowns Palace της Στοκχόλμης στις αρχές του 17^{ου} αιώνα», λειτουργώντας ως ενθύμιο γενναιότητας (Buick,2012: 30) :

«Το 1628, ο Βασιλιάς Γουσταύος Αδόλφος ο δεύτερος αποφάσισε πως «τα ενδύματα από την εκστρατεία του στην Πολωνία, όπου τραυματίστηκε θα έπρεπε να διατηρηθούν. Ως αποτέλεσμα, τα αιματοβαμμένα του ενδύματα εκτέθηκαν στο ευρύ κοινό και αποτέλεσαν τα πρώτα αποκτήματα της συλλογής Livrustkammarens» (Schwartz,2012: 26).

Πέρα από τη μεμονωμένη αυτή περίπτωση, η συλλογή και η εξέταση των ενδυμάτων και άλλων σωματικών διακοσμητικών στοιχείων άρχισε απλώς να αποτελεί μέρος της αναδυόμενης επιστήμης της ανθρωπολογίας ως ένας ακόμη «δείκτης πολιτισμικής εξέλιξης» (Taylor,2004: 67). Το μοντέρνο αστικό ευρωπαϊκό ένδυμα,

«καταδικασμένο σαν το κύριο σύμβολο της γυναικείας επιπολαιότητας, δεν θεωρούνταν άξιο συλλογής έως και τριακόσια χρόνια αφότου τα ενδύματα των πρωτόγονων εκτίθονταν στα *Cabinets of Curiosity*» (Taylor,2004: 67).

Από μία ευρύτερη σκοπιά, το ηθικό πνεύμα της εποχής υποδαύλιζε την απέχθεια προς τη μόδα δημιουργώντας «μία ταύτιση της μόδας με την επιπολαιότητα και των δύο τους μαζί με το γυναικείο φύλο [...] Αυτό οδήγησε στο επιχείρημα του να εξαιρεθούν από την πολιτιστική και πνευματική ζωή» (Taylor,2004: 11).

Η αγγλοαμερικανική προτεσταντική κουλτούρα, η ευθεία επίθεση των Πουριτανών στη θεατρική επιτήδευση και στην εκλεπτυσμένη επίδειξη, σε συνδυασμό με την εχθρική στάση του καλλιτεχνικού κινήματος *Arts and Crafts* του 19^{ου} αιώνα απέναντι στη μόδα, που ομοίως αντιπαθούσε τις εξεζητημένες εμφανίσεις, την άσκοπη παροδικότητα των φευγαλέων στυλ και την απώλεια του χειρωνακτικού πνεύματος, συνέβαλλε στην «περιθωριοποίηση της μελέτης της μόδας και οδήγησε στον αποκλεισμό της μοντέρνας ένδυσης από τις μουσειακές συλλογές για πολλές δεκαετίες» (Taylor,2004: 45).

Μία ακόμη ιδιομορφία του ενδύματος συνέβαλε στην εχθρική αντιμετώπιση του. Λόγω της εγγενούς ταύτισης του με το σώμα, το ένδυμα καλλιεργούσε μια λανθάνουσα συνειρμική ταύτιση με τις κατώτερες ηδονές και τη σεξουαλικότητα (Anderson,2000: 373).

Η δυσμένεια αυτή επηρέασε για πολλά χρόνια τις πρακτικές συλλογής των μουσείων διακοσμητικών τεχνών. Κατά το τέλος του 18^{ου} αιώνα και κατά την περίοδο 1800-1850, την περίοδο δηλαδή της ύψιστης ακμής ίδρυσης των μεγαλύτερων ευρωπαϊκών μουσείων τέχνης, κανένα μουσείο δεν συνέλεγε μοντέρνα ενδύματα, παρά το ενδιαφέρον του κοινού για τα βιβλία τσέπης της εποχής, με απεικονίσεις κοστουμιών από όλο τον κόσμο (Taylor,2004: 106).

Οι πρώτες συλλογές ενδυμάτων αρχίζουν να κάνουν την εμφάνιση τους στο μουσειακό περιβάλλον χάρη στο προσωπικό ενδιαφέρον των ζωγράφων ιστορικών θεμάτων, των σχεδιαστών θεατρικών κοστουμιών αλλά και στις μεμονωμένες προσπάθειες των γυναικών επιμελητριών, όπως θα φανεί από την, κατά περίπτωση, ανάλυση μεγάλων μουσειακών θεσμών.

1.2.1 Η περίπτωση της Μεγάλης Βρετανίας

Στη Μεγάλη Βρετανία, τόσο η ιστορική ενδυμασία όσο και το σύγχρονο ένδυμα στα μουσεία, κατά την προπολεμική περίοδο και «από την πρώτη κιόλας σύλληψη μουσείων βιομηχανικής τέχνης και επιστήμης στα μέσα του 19^{ου} αιώνα» (Taylor,2004: 106), αντιμετωπίστηκαν ως «ανάθεμα», θέτοντας σε εφαρμογή τη διαδικασία αποκλεισμού τους (ibid.).

Ένα από τα πρώτα παραδείγματα μουσείων με συλλογή ενδυμάτων και υφασμάτων είναι το **Victoria & Albert Museum (V&A)**, που ιδρύθηκε το 1852 με αποστολή του τη «σύζευξη της βιομηχανίας με την τέχνη» (Schwartz,2012: 11).

Το μουσείο στο ξεκίνημα του λειτούργησε ως «τόπος εκπαίδευσης για το ευρύ κοινό και τους κατασκευαστές παρουσιάζοντας τα πιο αξιόλογα παραδείγματα του σύγχρονου σχεδίου της βιομηχανικής παραγωγής και των χειροποίητων τεχνουργημάτων, παραλείποντας όμως εξολοκλήρου τη συλλογή σύγχρονων ενδυμάτων (Taylor,2004: 107).

Αν και η βιομηχανία του ενδύματος ήταν ήδη για την εποχή εκείνη ένας μεγάλος εθνικός κατασκευαστικός τομέας, η συμπερίληψη του κομψού μοντέρνου ενδύματος στη συλλογή του μουσείου δεν θεωρήθηκε αντάξια «μιας θέσης εντός των σεβαστών αιθουσών του» (Taylor,2004: 107). Ο συντηρητισμός και η ανδροκρατούμενη ομάδα του μουσείου, απέκλειαν το μοντέρνο ένδυμα, ως ευτελές παράγωγο των «καπρίσιων της μόδας» (Taylor,2004: 108-109) :

«Στα μάτια του ανδρικού προσωπικού του μουσείου το μοντέρνο ένδυμα εξέπεμπε τις έννοιες της χυδαίας εμπορευματοποίησης και του άνευ αξίας εφήμερου, θηλυκού στυλ» (Taylor στο Steele,2008: 9).

Η έμφαση στη συλλεκτική πολιτική του μουσείου δινόταν αποκλειστικά στην ιστορία των υφασμάτων και στην ανάλυση της τεχνικής τους δεξιοτεχνίας. Η πρώτη αλλαγή στην πολιτική αυτή σημειώθηκε το 1913, χάρη στη δωρεά της προσωπικής συλλογής του ζωγράφου και μελετητή του ενδύματος, Talbot Hughes, μιας συλλογής 150 ιστορικών κοστουμιών και αξεσουάρ, από το πολυκατάστημα Harrods. Αν και στη δωρεά συμπεριλαμβανόταν ένα σύγχρονο τμήμα με μοντέρνες ενδυμασίες της εποχής, απορρίφθηκε από την μουσειακή επιτροπή λόγω της αυστηρής πολιτικής τού να μην επιλέγονται τρέχοντα δείγματα του κοινού εμπορίου. (Taylor,2004: 116).

Έτσι, η πρώτη σχηματική έκθεση ενδύματος και ο πρώτος εκθεσιακός κατάλογος για την ιστορία του ενδύματος, προέκυψαν από μία εξωγενή πρωτοβουλία. Σε αναγνώριση της δωρεάς, ορισμένα επιλεγμένα σύνολα εκτέθηκαν στην κεντρική αίθουσα του μουσείου και μετά από ένα χρόνο μεταφέρθηκαν στη «μακρόστενη αίθουσα», (*Long Gallery*), του πρώτου ορόφου (Clark and De la Haye,2014: 15), αποτελώντας τον πρόδρομο της πρότυπης συλλογής *Costume Court*.

Μεταπολεμικά, και κατά τη δεκαετία του '50, με την εδραίωση των γυναικών σε ανώτερες επιμελητικές θέσεις, άρχισε η συστηματική διεύρυνση της συλλογής, με το τμήμα του ιστορικού ενδύματος να τοποθετείται πλέον σε δική του αίθουσα (Taylor,2004: 120). Η καινοτόμος προσέγγιση της ένταξης του σύγχρονου ενδύματος σε μουσειακή έκθεση χρονολογείται το 1971 στο V&A και θα αναλυθεί στη δεύτερη περίοδο εξέλιξής του.

Κάνοντας μία σύντομη παρένθεση εδώ, η συλλογή του V&A, έχει εξελιχθεί ριζικά, αποτελώντας σημείο αναφοράς και επιλέγοντας τις πιο αιχμηρές θεματικές προσεγγίσεις για την παρουσίαση της μόδας.

Και πάλι χάρη στις προσπάθειες των γυναικών επιμελητριών, Madeline Ginsburg, Avril Hart και Valerie Mendes, το 1982 παγιώθηκε η σταθερή έκθεση ιστορικού ενδύματος στο V&A, γνωστή ως *Costume Court*. Η παραδοσιακή αυτή έκθεση αφιερωμένη σε μία αναδρομή 400 ετών στο δυτικό ένδυμα και στα αξεσουάρ του, πλαισιωμένη από ρεαλιστικές κούκλες, περούκες και παπούτσια διατηρήθηκε μέχρι

και το 2004, αποτελώντας «διεθνές πρότυπο για την έκθεση της ιστορίας του ενδύματος μέσα στο μουσείο» (Palmer,2008: 35-36).



Εικόνα 1. Η έκθεση ιστορικού ενδύματος στη *Long Gallery* του Victoria and Albert Museum, 1913

Σήμερα, η νέα έκθεσή του εστιάζει πλέον στη μόδα του 20^{ου} αιώνα με έναν διευρυμένο χώρο για περιοδικές εκθέσεις που αλλάζουν κάθε τέσσερις με έξι μήνες. Αυτό οφείλεται κυρίως στο ότι τα σπάνια, ιστορικά αντικείμενα υπέστησαν μόνιμη φθορά λόγω της μακροχρόνιας έκθεσής τους. Ένας δεύτερος σημαντικός λόγος, όμως, που αντανακλά την υπερίσχυση της έκθεσης του σύγχρονου ενδύματος είναι η δυνατότητα εξοικονόμησης πόρων. Τα ευέλικτα σύγχρονα εκθέματα δεν χρειάζονται προσεκτικό τρόπο χειρισμού και ειδικά διαμορφωμένες κούκλες, γεγονός που μειώνει λειτουργικά έξοδα, όπως επιπλέον ώρες εργασίας των επιμελητών και μεγαλύτερη συντήρηση (Palmer,2008: 36)

Αντίθετα με το V&A, σημαντική προσπάθεια στη συλλογή ενδύματος ως «αναπόσπαστου στοιχείου μελέτης της κοινωνικής ζωής της πόλης», έγινε από το **Μουσείο του Λονδίνου** (*The Museum of London*) (Taylor,2004: 126). Το μουσείο δεν περιθωριοποίησε ποτέ το ένδυμα ως δευτερεύον, επιπόλαιο ζήτημα. Δύο χρόνια πριν από τη δωρεά της συλλογής ενδυμάτων του Talbot Hughes στο V&A, το Μουσείο του Λονδίνου είχε αποκτήσει συνειδητά τη συλλογή ιστορικού ενδύματος του ζωγράφου John Seymour Lucas ειδικά για τα εγκαίνια του το 1911 (Taylor,2004: 128).

Χάρη στις πρωτοβουλίες της πρώτης γυναίκας επιμελήτριας του, Thalassa Cruso, τη δεκαετία του '30, το Μουσείο, είχε ήδη αρχίσει να συλλέγει σύγχρονα ενδύματα, σαράντα χρόνια πριν από το V&A (Taylor,2004: 132). Ακολουθώντας το πνεύμα της εποχής, το 1973, το Μουσείο δημιούργησε την πρώτη του έκθεση μόδας αφιερωμένη στη δεκαετία του '60 με τίτλο «Το Λονδίνο της Mary Quant», προς τιμήν της πρωτοποριακής σχεδιάστριας της εποχής (ibid.).

Σημαντική συνεισφορά στην ερευνητική δραστηριότητα για τη μόδα, αποτέλεσε επίσης το τμήμα προφορικής ιστορίας του Μουσείου σχετικά με την υψηλή ραπτική. Με επικεφαλής την Δρα. Rory O' Connell, το 1989, το μουσείο ξεκίνησε ένα πρόγραμμα ηχογραφήσεων στον οίκο του βρετανού σχεδιαστή Hardy Amies, συγκεντρώνοντας διεισδυτικές συνεντεύξεις για το σύστημα λειτουργίας της «από το προσωπικό της καθαριότητας μέχρι τον ίδιο τον σχεδιαστή» (Taylor,2004: 131).

Στην πρώιμη περίοδο σχηματισμού μουσειακών συλλογών ενδύματος, το ζωηρό ενδιαφέρον ιδιωτών συλλεκτών συνέβαλλε καθοριστικά στη δημιουργία ιδρυμάτων αφιερωμένων αποκλειστικά στη μελέτη του.

Μία από αυτές τις σημαντικές πρωτοβουλίες θεσμοποίησης συλλογής ενδύματος ήταν αυτή της ιστορικού του ενδύματος και σχεδιάστριας κοστουμιών Doris Langley Moore, που μετά από προσπάθεια δεκαπέντε χρόνων ίδρυσε το «Μουσείο Ενδύματος του Bath» το 1963 (Taylor,2004: 137).

Το **Μουσείο Ενδύματος του Bath**, που σήμερα έχει μετονομαστεί σε **Μουσείο Μόδας**, παραμένει ένα από τα πιο σημαντικά κληροδοτήματα στην Ευρώπη για την

προώθηση της ιστορίας του ενδύματος, καλύπτοντας εκατό χιλιάδες αντικείμενα από ιστορικά ενδύματα που χρονολογούνται από το 17^ο αιώνα έως τα πλέον πρωτοποριακά δείγματα σχεδιαστών του 21^{ου} αιώνα (Harden,2014: 127).

Ανάμεσα στις καινοτομίες του, η πιο αξιοσημείωτη, είναι ότι από την ίδρυσή του, κιάλας, καθιέρωσε το πρωτοποριακό επιμελητικό σχέδιο, το «ρούχο της χρονιάς» που συνεχίζεται μέχρι σήμερα. Το πρότζεκτ αυτό αποτελεί μία διαδικασία επιλογής, κατά την οποία:

«το πιο αντιπροσωπευτικό σύνολο για το πνεύμα της σεζόν επιλέγεται από κάποιον επαΐοντα της μόδας και ανάγεται σε ένα ενδιαφέρον και αμφιλεγόμενο αντικείμενο συζήτησης» (Taylor,2004: 143).

1.2.2 Η περίπτωση της Γαλλίας

Στη Γαλλία, με τη μακρά παράδοση της ως «ρυθμιστή» του παγκόσμιου γούστου, και την ίδια αντίληψη ότι «το επίπεδο της αισθητικής του κοινού είναι πολύ υψηλότερο από εκείνο της Αγγλίας» (Taylor,2004: 156), η θετική στάση ως προς τη μελέτη του ενδύματος εμφανίστηκε πιο εγκαίρως και ήταν πιο οργανωμένη.

Σε αντίθεση με τη Μεγάλη Βρετανία, η ταύτιση της γαλλικής κουλτούρας με την υψηλή αισθητική σε όλες τις εκφάνσεις του βίου και η ιδιαίτερη ανάπτυξη της βιομηχανίας των υφασμάτων και του ενδύματος καθόρισε αυτή την έντονη δραστηριοποίηση ως προς τη δημιουργία μουσειακών συλλογών μόδας. Βέβαια, στα μάτια των Βρετανών ήταν αξιοσημείωτος

«ο ελιτισμός των γαλλικών συλλογών ενδύματος. Μοιάζουν να ασχολούνται αποκλειστικά και μόνο με τα υψηλότερα επίπεδα παραγωγής και κατανάλωσης υψηλής ραπτικής και έτοιμων ενδυμάτων» (Taylor,2004: 166).

Αυτή η έμφαση των εκθέσεων στην υψηλή ραπτική σχετίζεται σε μεγάλο βαθμό με την παρουσίαση της μόδας ως μορφής τέχνης, νομιμοποιώντας έτσι την παρουσία της στο μουσειακό περιβάλλον, όπως θα εξεταστεί παρακάτω.

Η πρώτη έκθεση για την ιστορία του ενδύματος έγινε στα πλαίσια της Διεθνούς Έκθεσης του 1900 στο Palais du Costume στο Παρίσι (Taylor,2004: 156), πλάι στην εμπορική έκθεση των δημιουργιών της Ένωσης Υψηλής Ραπτικής (*Collectivité de la Couture*), από φημισμένους σχεδιαστές της εποχής, όπως ο Charles Frederic Worth (Taylor,2002: 32).

Η πρωτοβουλία αυτή ανήκε σε μία ομάδα σχεδιαστών θεατρικών κοστούμιών της εποχής, η οποία, υπό την επίβλεψη του «κορυφαίου σχεδιαστή του Παρισιού», M. Félix, διαμόρφωσε 30 ταμπλώ ιστορίας της μόδας με κύριο σκοπό της να εκπαιδεύσει το κοινό στα θέματα του ενδύματος. Η έκθεση «συνδύασε σωζόμενα ενδύματα μαζί με αναδημιουργημένα κομμάτια τοποθετημένα σε ρεαλιστικές

κέρινες μορφές», ανατρέχοντας χρονικά από την εποχή των Κοπτών της Αιγύπτου μέχρι τη στέψη της Αυτοκράτειρας Ιωσηφίνας (Taylor, 2004: 156-157).

Για τα μουσειακά δεδομένα, η επιθυμία ανάδειξης της δεξιοτεχνίας της υψηλής ραπτικής, η συστηματική συλλογή του μοντέρνου ενδύματος, και η απενοχοποιημένη έκθεση του είναι εμφανείς ήδη από την ίδρυση των μουσείων.

Το πρώτο μουσείο στη Γαλλία που ξεκίνησε τη συλλογή και την έκθεση μοντέρνου δυτικού ενδύματος, ήταν το **Ιστορικό Μουσείο Υφαντουργίας της Λυών** (*Musée historique des tissus*). Η σημασία της πόλης ως «επίκεντρο του σχεδίου, της παραγωγής και της προώθησης της βιομηχανίας μεταξιού της Γαλλίας παγκοσμίως από το 17^ο αιώνα» δημιούργησε τις προϋποθέσεις ανέγερσης του το 1862 με σκοπό «να αντανakλά τη μοναδική ιστορία της πόλης» (Taylor, 2004:158).

Σε ευθεία αντίθεση με την πολιτική του V&A, το μουσείο της Λυών δεχόταν από την ίδρυσή του μεγάλες δωρεές ιστορικού και σύγχρονου ενδύματος, παρουσιάζοντας τα τελευταία δείγματα υψηλής μόδας από τους περίφημους τοπικούς κατασκευαστές (Taylor, 2004: 159). Η συμβολή του μουσείου συνίσταται κυρίως στην έκθεση σειράς θεμάτων που σχετίζονται με το «μοντέρνο πολυτελές ύφασμα», με ιδιαίτερη έμφαση στην τεχνική ανάλυση της κατασκευής του παράλληλα με την παρουσίαση του κάθε ενδύματος (Taylor, 2004: 160).

Ομοίως στο Παρίσι, το «διεθνές κέντρο της μόδας της Δύσης από το 17^ο αιώνα», η συνείδηση της αξίας της μόδας ήταν σχεδόν αυτονόητη, συντελώντας στη δημιουργία δύο μεγάλων συλλογών (Taylor, 2004: 161).

Οι συλλογές διακρίνονται σε εκείνη της Πόλης του Παρισιού και στην εθνική συλλογή της Γαλλικής Ένωσης των Τεχνών του Ενδύματος (*Union française des arts du costume*). Η πρώτη βασίζεται στα αρχεία του Γαλλικού Συλλόγου Ενδύματος (*French Costume Society*) και στεγάζεται στο Μουσείο Ενδύματος της Πόλης του Παρισιού (*Musée du Costume de la ville de Paris*) στο Palais Galliera. Η δεύτερη βρίσκεται στο Μουσείο των Τεχνών του Ενδύματος και Υφάσματος (*Musée des Arts de la Mode et du Textile*), που στεγάζεται σήμερα στην πτέρυγα Rohan του Μουσείου του Λούβρου (Taylor, 2004: 161).

Το **Μουσείο Ενδύματος της Πόλης του Παρισιού**, ξεκίνησε το 1906 από την πρώτη ενθουσιώδη συνάντηση συλλεκτών και ιστορικών ενδύματος (Taylor, 2004:161), με κύριο σκοπό τους μεταξύ άλλων τη «δημιουργία ενός μουσείου ενδύματος στο Παρίσι» (ibid.). Για την επίτευξη του, το 1907 συστάθηκε ο Σύλλογος της Ιστορίας του Ενδύματος (*Société de l'histoire du costume*) από τον ιστορικό και συλλέκτη, Maurice Leloir (ibid.).

Η συλλογή τόσο ιστορικών όσο και σύγχρονων ενδυμάτων ξεκίνησε ταχύτατα και το 1920, τα συνολικά 2.000 ενδύματα, αξεσουάρ και αρχεία του Συλλόγου δωρήθηκαν στην πόλη του Παρισιού υπό την επίβλεψη του Μουσείου Carnavalet (*Musée Carnavalet*) (Taylor, 2004: 162-163).

Το 1956, δημιουργήθηκε εντός του Carnavalet το εξειδικευμένο τμήμα του Μουσείου Ενδύματος της Πόλης του Παρισιού, με πρώτη του επιμελήτρια την Madeleine Delpierre. Η συλλογή υπό την καθοδήγηση της εμπλουτίστηκε συστηματικά από το 1956 έως το 1971, συγκεντρώνοντας τα πιο έξοχα δείγματα από «έτοιμη ένδυση, υψηλή ραπτική, κρατικές στολές, υφάσματα, αξεσουάρ [...]» (Taylor, 2004:163). Παράλληλα ορίστηκε και η ιδιαίτερα σημαντική κατευθυντήρια γραμμή του μουσείου τού ότι: «οι εκθέσεις θα πρέπει να εξετάζουν το κοινωνικό, κατασκευαστικό και καταναλωτικό περιβάλλον των ενδυμάτων» (ibid.).

Η τελική διαμόρφωση του σημερινού μουσείου έγινε το 1977, σε ένα χώρο αποκλειστικά αφιερωμένο στη συλλογή αυτή, ιδρύοντας επίσημα το Μουσείο Ενδύματος της Πόλης του Παρισιού με έδρα του το Palais Galliera (Taylor, 2004: 164). Το μουσείο είναι ιδιαίτερα γνωστό για την εμβάθυνση στον κοινωνικό χαρακτήρα του ενδύματος και τη δημιουργία «υψηλού επιπέδου, ευφών και πρωτοποριακών εκθέσεων που τοποθετούν τα ενδύματα στο πολιτιστικό και βιομηχανικό τους πλαίσιο». Σημαντική έκθεση αποτέλεσε για παράδειγμα αυτή της Valerie Guillaume το 1993, που παρουσίασε ανοιχτά τη δημιουργική άνθηση των σχεδιαστών της υψηλής ραπτικής, όπως ο Jacques Fath, κατά την περίοδο της ναζιστικής κατοχής στο Παρίσι (Taylor, 1998: 351).

Εξίσου μεγάλης χρονικής διαδρομής, ήταν και το εγχείρημα θεσμοποίησης της εθνικής συλλογής ενδύματος. Η πρωτοβουλία δημιουργίας ενός κατάλληλου μουσείου, ανήκε στον συντηρητή του μουσείου Carnavalet, Francois Boucher, ο οποίος ίδρυσε εθελοντικά το 1948 την Γαλλική Ένωση των Τεχνών του Ενδύματος με σκοπό τη συστηματική προώθηση αυτής της προσπάθειας (Taylor,2004: 165).

Η Ένωση επικεντρώθηκε εξ'αρχής στη συλλογή ενδυμάτων υψηλής ραπτικής και σχετικών αρχείων με τα μέλη της να προέρχονται αντίστοιχα από το χώρο της υψηλής ραπτικής και τη βιομηχανία του υφάσματος. Το 1962 με τη βοήθεια του γαλλικού εμπορικού επιμελητηρίου συστάθηκε το κέντρο αρχειοθέτησης ενδύματος (*Centre du Documentation du Costume*), όπου μεταφέρθηκαν τα αρχεία της Ένωσης, με δωρεές από σημαντικούς σχεδιαστές και συνολικά 15.000 ενδύματα και αξεσουάρ (Taylor,2004: 166).

Το 1986, η συλλογή φιλοξενήθηκε σε ειδική πτέρυγα στο Μουσείο διακοσμητικών τεχνών (*Musée des Arts Decoratifs*), ενώ η τελική διαμόρφωση της συλλογής των 81.000, πλέον, ενδυμάτων έγινε το 1997, όταν μετονομάστηκε σε **Μουσείο των Τεχνών του Ενδύματος και Υφάσματος** και μεταφέρθηκε στο Μουσείο του Λούβρου. Η δράση του μουσείου σήμερα είναι γνωστή κυρίως για τις «πολυτελείς εκθέσεις και τους συνοδευτικούς καταλόγους», που προωθούν την τέχνη της υψηλής ραπτικής (Taylor,2004: 166).

1.2.3 Η περίπτωση των Η.Π.Α

Η συλλογή ενδύματος και μόδας στην Αμερική παρουσιάζει έναν διαφορετικό χαρακτήρα από αυτόν της Κεντρικής Ευρώπης.

Υπάρχουν «εκατοντάδες μουσεία που παρουσιάζουν συλλογές ενδύματος σε ολόκληρη την Αμερική» (Taylor,2004: 183). Το ένδυμα αποτελεί σημαντικό ερευνητικό πεδίο που εξελίχθηκε «από τη δεκαετία του '30 και μετά, και εδώ χάρη στην πρωτοβουλία γυναικών επιμελητριών κατά κύριο λόγο» (Taylor,2004: 183).

Στην Αμερική, ο Σύλλογος Ενδύματος (*Costume Society of America*), ιδρύθηκε το 1973 και αριθμεί 2.000 ενεργά μέλη από το ακαδημαϊκό περιβάλλον, τα μουσεία, το χώρο του σχεδίου μόδας και του θεάτρου καθώς και ιδιώτες συλλέκτες. Σε αυτό το πνεύμα της ακαδημαϊκής ενασχόλησης με τη μόδα, ο σύλλογος ευνοεί την έρευνα της ιστορίας του ενδύματος τόσο με την έκδοση του επιστημονικού περιοδικού «Ένδυμα» (*Dress*), όσο και με την καθιέρωση ετήσιων βραβείων για την έρευνα των φοιτητών (Taylor,2004: 183).

Η εκπαιδευτική διάσταση του ενδύματος στην Αμερική είναι εμφανής από το γεγονός ότι ένας μεγάλος αριθμός συλλογών ενδύματος αποτελούν ιδιοκτησία των πανεπιστημίων για μαθησιακούς σκοπούς:

«αρχικά συνδεδεμένες με τα τμήματα οικιακής οικονομίας σε πολλά κρατικά πανεπιστήμια, σήμερα αυτές οι συλλογές βρίσκονται σε τμήματα ανασχεδιασμένα ως επιστήμη του καταναλωτή και της ανθρώπινης οικολογίας» (Taylor,2004: 183).

Ως προς τη μουσειακή δραστηριότητα, ένα σημαντικό παράδειγμα αποτελούν οι πολυάριθμες συλλογές ενδύματος και μόδας των διαφορετικών μουσείων που συσπειρώνονται γύρω από το Ίδρυμα Smithsonian. Ο τομέας του ενδύματος είναι συγκεντρωμένος σήμερα στο μεγαλύτερο μέρος του στο παράρτημα «κοινωνικής και πολιτισμικής ιστορίας» του **Εθνικού Μουσείου της Αμερικανικής Ιστορίας** (*National Museum of American History*) (Taylor,2004: 186).

Η πρώτη έκθεση σύγχρονου ενδύματος του μουσείου το 1915, με τίτλο «Τα φορέματα των Πρώτων Κυριών», καθιέρωσε τη δωρεά του φορέματος του εναρκτήριου χορού της Πρώτης Κυρίας και αποτελεί ένα από τα πιο ενδιαφέροντα τμήματα της μόνιμης συλλογής μέχρι σήμερα (Taylor,2004: 187).

Για το Smithsonian, πάντως, η φιλοσοφία της προσθήκης νέων ενδυμάτων στις συλλογές του βασίζεται «όχι τόσο στη μεμονωμένη αξία τους αλλά στις αμερικανικές πολιτισμικές αναπαραστάσεις που αυτά αντιπροσωπεύουν» (Taylor, 2004:191). Αντιθέτως, το **Ινστιτούτο Ενδύματος του Μητροπολιτικού Μουσείου της Νέας Υόρκης** (*The Costume Institute at the Metropolitan Museum of Art*), που αποτελεί και τον σημαντικότερο μουσειακό θεσμό για το ένδυμα στην Αμερική, κρίνει το κάθε ένδυμα «ως έργο τέχνης και όχι απλώς ως αντιπροσωπευτικό δείγμα συγκεκριμένων κουλτουρών» (ibid.).

Η συλλογή του Ινστιτούτου Ενδύματος, ξεκίνησε το 1915 χάρη στη δημιουργία μιας συλλογής από ιστορικές και τοπικές φορεσιές των εύπορων αδερφών Irene και Alice Lewisohn, σε συνεργασία με την ηθοποιό και μελετήτρια ιστορικού ενδύματος, Alice Bernstein (Koda and Glasscock,2014: 21).

Το 1937, τα 400 σπάνια ενδύματα που είχαν συγκεντρώσει αποτέλεσαν την πρώτη ύλη για τη δημιουργία του **Μουσείου της Τέχνης του Ενδύματος** (*Museum of Costume Art*) στο κέντρο Rockefeller, λειτουργώντας ως «πηγή αυθεντικής πληροφόρησης και έμπνευσης για στυλίστες, δημιουργούς υψηλής ραπτικής, σχεδιαστές και κατασκευαστές» (Koda and Glasscock,2014: 22).

Η συγχώνευσή του με το Μητροπολιτικό μουσείο της Νέας Υόρκης πραγματοποιήθηκε το 1943 (Koda and Glasscock,2014: 23), καλύπτοντας ένα σημαντικό κενό αφού «οι σπουδές ενδύματος και η ιστορία της μόδας, μέχρι τότε, δεν είχαν ενσωματωθεί στο ερευνητικό του πρίσμα» (Koda and Glasscock,2014: 26). Το Ινστιτούτο θεσμοθέτησε από το ξεκίνημα του μία σχέση συνεργασίας με τη βιομηχανία της μόδας, προσκαλώντας τους σχεδιαστές να εμπνευστούν από τη συλλογή των ενδυμάτων του, και δημιουργώντας πρωτοποριακές εκθέσεις που αντιπαρέβαλαν τα ενδύματα με αντικείμενα τέχνης από άλλα τμήματα του μουσείου.

Τα μέλη της νέας εκτελεστικής του επιτροπής είχαν άμεση σύνδεση με τη βιομηχανία, εξασφαλίζοντας έτσι και την πρωτογενή του χρηματοδότηση. Πρόεδρος της επιτροπής ήταν η διευθύντρια του πολυκαταστήματος Lord & Taylor, Dorothy Shaver, ενώ άλλο σημαντικό μέλος της ήταν η διαφημιστριά Eleanor Lambert, που καθιέρωσε για το Ινστιτούτο το κοσμικό γεγονός «Πάρτυ της χρονιάς», τη βασικότερη πηγή των οικονομικών του πόρων μέχρι και σήμερα (Koda and Glasscock,2014: 23). Η προοδευτική στάση του Ινστιτούτου αλλά και οι καινοτομίες που εισήγε διαφαίνονται και από την δημιουργία των πρώτων αμιγών εκθέσεων μόδας, που θα αναλυθούν παρακάτω.

Ένας σχετικά πιο πρόσφατος θεσμός που επικεντρώνεται στη μελέτη της μόδας και συναγωνίζεται το Ινστιτούτο Ενδύματος σε πρωτοποριακές εκθέσεις είναι το **Μουσείο του Ινστιτούτου Τεχνολογίας της Μόδας** (*Fashion Institute of technology*). Το μουσείο ιδρύθηκε το 1969, ως εξέλιξη ενός μέρους της συλλογής του «εργαστηρίου σχεδίου» του Edward C. Blum. Η αρχική συλλογή του Blum σχηματίστηκε το 1915 στο μουσείο του Μπρούκλιν, με στόχο της, ομοίως, «τη μελέτη και την έμπνευση των αμερικανών σχεδιαστών» (Steele,2008: 9). Η συλλογή του Ινστιτούτου, σήμερα, αποτελεί μέρος του Πανεπιστημίου της πολιτείας της Νέας Υόρκης, λειτουργώντας ως υπόβαθρο για τα εκπαιδευτικά του προγράμματα (*State University of New York*) (Buckley and Clark,2016: 31).

Το μουσείο πραγματεύεται ένα εύρος θεματικών για τις εκθέσεις του. Η εξέταση επίκαιρων θεμάτων που αντανακλούν τις κοινωνικές διεργασίες και το αισθητικό πνεύμα της εποχής, έχει γίνει εμφανής από τις πρώτες του εκθέσεις, όπως αυτή του 1986, με τίτλο «East Village», που επιχείρησε να επεξεργαστεί το αναδυόμενο boho² στυλ της πόλης του Μανχάταν (Buckley and Clark,2016: 31).

Η ομάδα των επιμελητών του απαρτιζόταν μέχρι και το 1993 από, τους πρωτοπόρους για τη μελέτη του ενδύματος, επιμελητές, Richard Martin και Harold Koda, που μετέπειτα προσχώρησαν στην ομάδα του Ινστιτούτου Ενδύματος του Μητροπολιτικού Μουσείου της Νέας Υόρκης (Buckley and Clark,2016: 31). Η σημαντική συνεισφορά του, εκλιπόντα επιμελητή, Richard Martin στην εκθεσιακή

² Στυλ με ρετρό αναφορές από τη χίπικη κουλτούρα της δεκαετίας του '70, μποέμ και τσιγγάνικα στοιχεία που ορίζει τη σύγχρονη χαλαρή εμφάνιση στους δρόμους της πόλης

εξέλιξη της μόδας, οδήγησε, μάλιστα, το 2002, στη θέσπιση των δύο ετήσιων βραβείων *Richard Martin exhibition awards* από το Σύλλογο ενδύματος της Αμερικής για τις πιο ξεχωριστές εκθέσεις ενδύματος.³

Το Ινστιτούτο από το 2003, διευθύνεται από τη Δρα. Valerie Steele. Χάρη στη δράση της, το Μουσείο του Ινστιτούτου έχει αναχθεί σε «επίκεντρο των εκθέσεων σχεδίου μόδας στη Νέα Υόρκη», δίνοντας παράλληλα βαρύτητα στην ακαδημαϊκή έρευνα μέσω της δημιουργίας του περιοδικού «Θεωρία της Μόδας» (*Fashion Theory*) αλλά και του ετήσιου συμποσίου μόδας (*annual fashion symposium*), που ενθαρρύνουν το διάλογο για την κριτική αντιμετώπιση της (Buckley and Clark, 2016: 32).

1.3 Οι πρώτες εκθέσεις σύγχρονης μόδας σε μουσεία

Περνώντας στη δεύτερη περίοδο εξέλιξης της μόδας, οι νέες κοινωνικές συνθήκες, η εξέλιξη της τέχνης και τα αναδυόμενα ακαδημαϊκά ενδιαφέροντα αποτέλεσαν πρόσφορο έδαφος για την αποδυνάμωση των περασμένων νοοτροπιών.

Είδαμε πως αρχικά τα ενδύματα εισέρχονταν σε μουσειακές συλλογές «μόνο για τη σημασία των υφασμάτων από τα οποία ήταν κατασκευασμένα» (Schwartz, 2012: 15). Από τη δεκαετία του '50, το ένδυμα στο μουσείο ξεκίνησε να συλλέγεται με νέα κριτήρια όπως «η μοντέρνα κοπή και η κατασκευή του, η προέλευση η σπανιότητα και η αισθητική εντύπωση που προξενούσε το σχέδιο του» (Schwartz, 2012: 15).

Κατά τη δεκαετία του '60, η μόδα άρχισε να αποκόπτεται από τη μονολιθική σύνδεση της με μια καθαρά επιφανειακή και εμπορική διάσταση. Από προϊόν μαζικής παραγωγής έγινε «μέρος της δημοφιλούς κουλτούρας για την οποία τα μέσα ενημέρωσης έπαιζαν σημαντικό ρόλο [...] Ενώ το αντικείμενο, ο σχεδιαστής μόδας και ο φορών είχαν υπάρξει σημαντικοί στο παρελθόν, τώρα καθοριστικής

³ <http://costumesocietyamerica.com/resources/grants-awards-and-honors/richard-martin-exhibition-awards/>

σημασίας ήταν επίσης το κοινωνικό πλαίσιο στο οποίο λειτουργούσε η μόδα» (Teunissen,2014: 39).

Παράλληλα, οι εξελίξεις άλλαξαν και τη στάση απέναντι στη μόδα στους ακαδημαϊκούς κύκλους. Νέοι κλάδοι όπως,

«οι πολιτισμικές σπουδές, ο οπτικός πολιτισμός και οι γυναικείες σπουδές μοιράζονταν αυτό το νέο ενδιαφέρον για τη μόδα ως μέρος της δημοφιλούς κουλτούρας. Άρχισαν να μελετούν τη μόδα ως πολιτιστικό φαινόμενο [...]» (Teunissen,2014: 40).

Η μόδα μετατράπηκε πλέον σε σημαντικό κομμάτι του οπτικού πολιτισμού με κοινωνικό αντίκτυπο. Χωρίς να περιορίζεται πια «στην αναπαράσταση ενός θηλυκού ιδεώδους και στην επίδειξη του πλούτου. Η σκηνογραφία της κομψότητας αντικαταστάθηκε από τη θεατρικότητα του νοήματος» (Lipovetsky στο Teunissen,2014: 39).

Από τη δεκαετία του '60 και μετά η μόδα άρχισε να μετατρέπεται ολοένα και περισσότερο σε έκφραση ιδεών και συλλήψεων. Το κίνημα της αβαν-γκαρντ στη μόδα, έχοντας δραπετεύσει από τον περιοριστικό κανόνα της λειτουργικότητας, της επέτρεψε

«να γίνει το προϊόν ενός σχεδιασμού που να εφάπτεται μεν στο σώμα αλλά να εξερευνά παράλληλα την ίδια του τη σχέση με αυτό το σώμα, με την ταυτότητα, με την επινόηση της προσωπικής εικόνας και με το περιβάλλον» (Teunissen,2014: 39).

Δημιουργώντας δεσμούς με τα κινήματα της πόπ άρτ και της περφόρμανς, η μόδα πέρα από τη διαμόρφωση των τάσεων του σύγχρονου τρόπου ζωής εξέφρασε εκλεκτικές συγγένειες με την τέχνη:

«παγιώθηκε ως αβαν-γκαρντ στις ανησυχίες της και λειτούργησε υπό την επιρροή της δημοφιλούς κουλτούρας, διαμορφούμενη ως ένα πλέγμα δημοκρατικών και κοινωνικών αξιών και ως ένα σαφές αισθητικό τάγμα της τέχνης» (Martin στο Teunissen,2014: 39).

Οι νέες κοινωνικές και πνευματικές διεργασίες δημιούργησαν τις κατάλληλες προϋποθέσεις, ώστε το ένδυμα και η μόδα να αρχίσουν να θεωρούνται ισάξιο θέμα έκθεσης στο μουσειακό περιβάλλον. Η πρόταση για την πρώτη έκθεση μόδας στο V&A το 1971, αποτέλεσε την αφορμή για να εξεταστεί το ζήτημα του σχηματισμού μίας συλλογής ενδύματος και μόδας, βασισμένης «στις ίδιες απαιτήσεις και κριτήρια διάκρισης και ποιότητας που θα χρησιμοποιούνταν για μία συλλογή ζωγραφικής ή γλυπτικής» (Schwartz,2012: 16).

1.3.1 Η έκθεση *Μόδα: Μία Ανθολογία από τον Cecil Beaton, 1971*

Η πρώτη έκθεση που τοποθέτησε ουσιαστικά τη μόδα και το σύγχρονο ένδυμα στο μουσειακό χάρτη προτάθηκε όχι από κάποιον επιμελητή αλλά αντίθετα προήλθε από έναν εξωγενή παράγοντα. Το 1969, ο φημισμένος φωτογράφος, σχεδιαστής εσωτερικών χώρων και κοστούμιών Cecil Beaton έγραψε στο διευθυντή του V&A, John Pope-Hennessy, με την ιδέα να συγκεντρώσει «ό,τι καλύτερο είχε να επιδείξει η μόδα του σήμερα» (De la Haye στο Buick,2012: 94).

Η συνεργασία αυτή στόχευσε να καλύψει την εμφανή έλλειψη του ενδύματος του 20^{ου} αιώνα από τη συλλογή του μουσείου. Έτσι, το 1971, υλοποιήθηκε η έκθεση «Μόδα, μια Ανθολογία από τον Cecil Beaton» (Taylor,2004: 122). Από την αλληλογραφία που διασώζεται, μεταξύ του διευθυντή του μουσείου και του Beaton, βέβαια είναι εμφανής η συγκρατημένη στάση απέναντι σε αυτό το εγχείρημα με την υποτίμηση της μόδας να παραμένει:

«Πιστεύω ότι η εστίαση της έκθεσης δεν θα πρέπει να είναι η μόδα (που είναι ένα πολύ γενικό θέμα), αλλά ενδύματα επιλεγμένα σαν έργα τέχνης από εσένα» (Pope-Hennessy στο Clark and De la Haye, 2014:126).

Ο Beaton, λειτούργησε ως ενός είδους μεσάζοντα επιμελητή κινούμενος ανάμεσα στο προσωπικό του δίκτυο γνωριμιών και στο μουσειακό περιβάλλον για να στήσει την έκθεση. Η συλλογή του έφτασε συνολικά 500 χαρακτηριστικά δείγματα ρούχων

και αξεσουάρ της υψηλής ραπτικής του 20^{ού} αιώνα, εκπροσωπώντας όλους τους σημαντικούς οίκους της εποχής «από τον Balenciaga μέχρι τον Ungaro, τον Valentino, τη Vionnet και τον Worth» (Taylor, 2004: 122). Με τη βοήθεια της επιμελήτριας Madeleine Ginsburg, επιλέχθηκαν για έκθεση 260 από αυτά, στο τέλος όμως δωρήθηκαν όλα στο μουσείο αποτελώντας τον πυρήνα της, παγκοσμίου πλέον φήμης, συλλογής εκθεμάτων μοντέρνας και σύγχρονης μόδας του V&A (Buick, 2014: 95).

Δεδομένου ότι ο κύκλος του Beaton περιλάμβανε κυρίως την κοινωνική ελίτ της Ευρώπης και της Αμερικής, τα ρούχα που επιλέχθηκαν αποτελούσαν δείγματα της υψηλής ραπτικής. Ταυτόχρονα όμως τα κομμάτια που επέλεξε δεν ήταν απλώς «όμορφα ρούχα που επιδείκνυαν τη σχεδιαστική δεινότητα των διεθνών σχεδιαστών, αλλά ήταν αντικείμενα που είχαν προηγουμένως φορευθεί» (Buick, 2012: 95).

Ως φορεμένα ρούχα, που είχαν υποστεί ειδικές μετατροπές για την κάθε γυναίκα, τα επιλεγμένα εκθεσιακά αντικείμενα «έφεραν αποτυπώματα και κατείχαν τη δική τους βιογραφία» (De la Haye στο Buick, 2012: 95).

Με μία διεισδυτική ματιά, η κριτικός Ernestine Carter σχολίασε αυτό το στοιχείο της έκθεσης στους *Sunday Times*:

«[...] τα ενδύματα φαίνονται να αντιπροσωπεύουν το γούστο εκείνων που τα φόρεσαν παρά να συνοψίζουν το δείγμα γραφής του σχεδιαστή. [...] Αυτό που κάνει την Ανθολογία του κυρίου Beaton τόσο ξεχωριστή από μία οποιαδήποτε άλλη συλλογή μόδας είναι ότι είναι πλούσια σε αυτό που οι συλλέκτες βιβλίων αποκαλούν αλληλουχία και μάλιστα διπλή αλληλουχία. Για παράδειγμα, ένα ρόδινο βραδινό φόρεμα του γάλλου Balmain είναι ενδιαφέρον όχι μόνο επειδή δημιουργήθηκε για τη βρετανίδα Λαίδη Diana Cooper όταν ο σύζυγος της ήταν πρέσβης στο Παρίσι αλλά επειδή φορέθηκε ειδικά για τον Χορό της Βρετανικής Πρεσβείας το 1956» (Clark and De la Haye, 2014: 84).

Η πρώτη έκθεση μόδας στο μουσείο εισήγε έτσι το θέμα της προσωπικής αφήγησης πέρα από μία κενή επίδειξη όμορφων αντικειμένων, όπως θα ήταν αναμενόμενο (Buick, 2014:96-97). Ο Beaton, όπως και η Diana Vreeland, της οποίας οι εκθέσεις θα μελετηθούν διεξοδικά, «εκτιμούσαν το μοντέρνο ένδυμα, όχι μόνο για το σχέδιο και την υλική του υπόσταση, αλλά και από την άποψη του ποιος το είχε φορέσει και το καθιστούσε ξεχωριστό» (Clark and De la Haye, 2014: 77).

Πολλά από τα ένθετα στοιχεία του εσωτερικού χώρου της έκθεσης Ανθολογία, που σχεδιάστηκε σε συνεργασία με τον σχεδιαστή βιτρινών, Michael Haynes, δημιούργησαν μία ιδιαίτερη και ζωντανή ατμόσφαιρα, θέτοντας τα θεμέλια για τις σύγχρονες διαδραστικές εκθέσεις μόδας.



Εικόνα 2. Άποψη της έκθεσης «Μόδα: Μία Ανθολογία από τον Cecil Beaton», Victoria and Albert Museum, 1971

Περιστρεφόμενες βάσεις τοποθετήθηκαν ως λύση για τον περιορισμένο χώρο (Clark and De la Haye,2014: 143). Προθήκες από πλεξιγκλάς επιλέχθηκαν για να διευκολύνουν την ταυτόχρονη ορατότητα των συνθέσεων από διαφορετικές δεκαετίες και τη δημιουργία νοητών συνδέσεων μεταξύ τους (Clark and De la Haye,2014: 140). Επινοήθηκαν μοντέρνα διαμορφωμένες κούκλες, όπως εκείνη με τα πλεγμένα αγκαθωτά τριαντάφυλλα στα χέρια, για τη σουρεαλιστική δημιουργία της Elsa Schiaparelli (Clark and De la Haye,2014: 145). Ακόμη τρία ειδικά ζωγραφισμένα ταμπλώ με αναφορές στους καλλιτέχνες Salvador Dali, Hieronymous Bosch και Georges Lerepere, παραγγέλθηκαν από τον εικονογράφο Patrick Stackhouse για να πλαισιώσουν ανάλογα τα ενδύματα (Clark and De la Haye,2014: 134-135).

Ο πιο ενδιαφέρων διάλογος, που αναπτύχθηκε ανάμεσα στη μόδα, την μουσειακή της υπόσταση και την εμπορική της διάσταση, έγινε μέσω της αναδημιουργίας τριών εκθεσιακών παραρτημάτων των μπουτίκ *Dior*, *Mr Freedom* και *Biba* (Clark & De la Haye, 2014:127). Αυτό το στοιχείο της βιτρίνας του πολυκαταστήματος προστέθηκε συνειδητά στην εξίσωση:

«Με το να αναδημιουργήσει ρητά το θέμα των μπουτίκ και να ενσωματώσει αυτή την οπτική του ενδύματος μέσα στην αφήγηση της έκθεσης, ο Beaton απέφυγε την κριτική για ανεξέλεγκτη εμπορευματοποίηση» (ibid.).

Αυτό που μένει να σχολιαστεί ακόμη είναι ότι ο τρόπος στησίματος αυτής της πρώτης έκθεσης εξακολουθεί να μην θεωρείται παρωχημένος, καθώς αποτέλεσε έναν ιδανικό συνδυασμό όλων των τύπων μιας έκθεσης μόδας:

«Αντί να λειτουργήσει απλώς ως μια έκθεση της δουλειάς των σημαντικότερων σχεδιαστών του 20^{ού} αιώνα, ή ως μια βιογραφική έκθεση για τα ρούχα των διασημοτήτων, ή έστω ως μια έκθεση βασισμένη στην επιλογή ρούχων από ένα φημισμένο πρόσωπο, η έκθεση Μόδα: Μία ανθολογία ενσωμάτωσε όλες αυτές τις μορφές προκειμένου να διερευνήσει το πώς θα έπρεπε να είναι μία έκθεση σύγχρονης μόδας» (Buick,2014: 96).

1.3.2 Οι εκθέσεις της Diana Vreeland στο Costume Institute, 1972-1989

Η Diana Vreeland συχνά θεωρείται «υπεύθυνη για την άνοδο της σύγχρονης έκθεσης μόδας» (Buick,2014: 99). Οι 12 εκθέσεις που σχεδίασε και έστησε για το Ινστιτούτο Ενδύματος του Μητροπολιτικού Μουσείου Τέχνης της Νέας Υόρκης, εισήγαγαν εντυπωσιακές καινοτομίες στο στήσιμο των εκθέσεων μόδας, σπάζοντας επανειλημμένα κάθε ρεκόρ επισκεψιμότητας και αποτελώντας αντικείμενο συζητήσεων και διαμαχών για την ορθότητα των πρακτικών της, που επιβιώνουν μέχρι και σήμερα.

Η Vreeland, είχε ήδη διατελέσει φημισμένη αρχισυντάκτρια μόδας για τα περιοδικά *Harper's Bazaar* και *Vogue*, όταν κλήθηκε από το Ινστιτούτο Ενδύματος ως ειδική σύμβουλος το 1972 (Buick,2014: 99). Καθώς ήταν γνωστή για το ιδιότυπο όραμά της και «για την προτίμηση της στην καινοτομία και σε ένα φιλόδοξο φαντασικό περιβάλλον», πολλοί αντιμετώπισαν την επιλογή της με σκεπτικισμό, θεωρώντας την ως «επιδοκιμασία της διασκέδασης και της θεατρικότητας σε βάρος της σοβαρότητας και της ακαδημαϊκής μελέτης» (Koda and Glasscock,2014: 27).

Ο διευθυντής του μουσείου, Thomas Hoving την επέλεξε, όντας πεπεισμένος, ότι θα ήταν ιδανική για να ζωντανέψει τις υπόγειες αίθουσες του Ινστιτούτου, «δίνοντας έμφαση στο συσχετισμό του με τη σύγχρονη ζωή» (Koda and Glasscock,2014: 27).

Με αποκλειστικό γνώμονα την αισθητική της, η Vreeland αφήφησησε επιδεικτικά τις μουσειακές συμβάσεις της εποχής και επέβαλε μια καθαρά ιμπρεσιονιστική άποψη στην προσέγγιση κάθε θέματός της. Στοχεύοντας στον ύψιστο βαθμό στο θέαμα και στη συγκινησιακή απήχηση, έθεσε «ένα πρότυπο θεατρικότητας και δράματος, προοιωνίζοντας την εκλαΐκευση της μουσειακής κουλτούρας» (Menkes στο Steele,2008: 10).

Η «διαισθητική επίγνωσή της ότι τα ενδύματα του παρελθόντος δεν αποτέλεσαν ποτέ 'κοστούμια', αλλά τη μόδα της εποχής» (Steele,2008: 11), καθόρισε τις επιλογές της στο στήσιμο κάθε έκθεσης. Αντί για μία αυστηρή, χρονολογική

διάταξη, η έμφαση της Vreeland τοποθετήθηκε σε μία στυλιζαρισμένη δημιουργία εμφανίσεων, που προφανώς έφερε από την πρότερη εμπειρία της στο χώρο των περιοδικών (Buick,2014: 105). Η προσωπική της ερμηνεία ανέτρεπε το πιστό μουσεογραφικό στήσιμο, εμπλέκοντας αρχετυπικά σύμβολα και έννοιες σε αυθαίρετους συνδυασμούς, συνοψίζοντας το μανιφέστο της ότι «τα πάντα πρέπει να βρίσκονται στο Τώρα» (Steele,2008: 11).

Η Vreeland κατήργησε, έτσι, οριστικά τον απαρχαιωμένο αέρα των εκθέσεων ενδύματος. Για παράδειγμα, απέφυγε από τις εκθέσεις της, τις συνήθεις ρεαλιστικές κούκλες, που έβρισκε «ανατριχιαστικές και απωθητικές» (στο Buick,2014: 105). Επιθυμώντας την αδιαμεσολάβητη θέαση του κάθε ενδύματος, επέλεξε τις άμορφες κούκλες *Schwarri* από τη Ζυρίχη, περιδένοντας τις με λωρίδες υφάσματος ή καλσόν, δημιουργώντας ένα αόριστο αποτέλεσμα χρωματιστής μάσκας (Buick,2014: 105).

Η πρώτη της έκθεση για το Ινστιτούτο το 1973 ήταν μία μονογραφία, φόρος τιμής στον ισπανό σχεδιαστή υψηλής ραπτικής, Cristobal Balenciaga. Η έκθεση αυτή σηματοδότησε την τυπολογία «single designer blockbuster exhibition», δηλαδή την ευπώλητη, μονοθεματική έκθεση-αφιέρωμα στη δημιουργική πορεία ενός σχεδιαστή (Buick,2012: 100). Με μια τέτοιου είδους επιλογή, που προσομοίαζε στις μεγάλες αναδρομικές εκθέσεις βασισμένες στην ιδιοφυΐα ενός καλλιτέχνη, η Vreeland εκ προοιμίου εκκινούσε αντιδράσεις από όσους επέκριναν την έκθεση μόδας για «το θράσος της να μιμείται τις καθαγιασμένες αίθουσες του κόσμου της τέχνης [...]» (Stevenson στο Buick,2012: 100).

Το περιβάλλον της έκθεσης αναγόταν σε μία κατεξοχήν αισθητηριακή εμπειρία:

«Οι κούκλες με τα ενδύματα ήταν τοποθετημένα με μία δραματική κινησιολογία. Οι τοίχοι που πλαισιώναν την έκθεση είχαν βαφτεί με λαμπερά βερνίκια σε χρώματα συνδεδεμένα με την Ισπανία. Ο κατευθυνόμενος φωτισμός εναλλασσόταν στους τόνους του έντονου ρόζ, του πράσινου φύλλου της καμέλιας και του ματωμένου κόκκινου. Μουσικές επιλογές που στόχευαν να μεταφέρουν τη φιλοσοφία του οίκου, αντηχούσαν σε όλη τη διάρκεια της έκθεσης, ενώ το άρωμα του Balenciaga, Le Dix είχε τοποθετηθεί

στο σύστημα εξαερισμού με το σκεπτικό ότι τίποτα δεν ανασύρει εντονότερα τη συναισθηματική σύνδεση μιας μνήμης όσο οι ήχοι και οι οσμές» (Koda and Glasscock,2014: 28).

Σε περίοπτη θέση, σε ένα δημιουργικό κρεσέντο της Vreeland, είχε τοποθετηθεί ένας υπόπτης με πανοπλία, από το τμήμα όπλων και πανοπλιών του μουσείου, σαν συμβολισμός του «Δον Κιχώτη» περιστοιχισμένος από «σενιορίτες με βραδινά φορέματα κοκτέιλ» (Koda and Glasscock,2014: 28). Ακόμη πίνακες μεγάλων καλλιτεχνών που είχαν επηρεάσει το έργο του σχεδιαστή, όπως ο Goya, ο Picasso και ο Velázquez, είχαν τοποθετηθεί κατά μήκος της έκθεσης σε άμεση συνομιλία με τις δημιουργίες του (Buick,2012: 101).

Η επισκεψιμότητα της έκθεσης ήταν τόσο μεγάλη ώστε παρέμεινε ανοιχτή για εννέα μήνες, χρονική διάρκεια που για τα σημερινά δεδομένα θεωρείται παράτολμη (Buick,2012: 101). Η μεγάλη απήχηση και το εύρος της δημοσιότητας που δέχτηκε ανύψωσαν το δημόσιο προφίλ του Ινστιτούτου, διευκολύνοντας την εξεύρεση χρηματοδότησης και για τις επόμενες εκθέσεις της (Buick,2014: 101).

Μία ακόμη παράτολμη κίνησή που η Vreeland εισήγαγε στο μουσείο ήταν η έκθεση αντιγράφων για ενδύματα που δεν είχαν διασωθεί. Έτσι, για την πιο επιτυχημένη της έκθεση με τίτλο «Το ρομαντικό και πολυτελές Χολιγουντιανό σχέδιο», δε δίστασε να παρουσιάσει απομιμήσεις θρυλικών ενδυμάτων από Χολιγουντιανές ταινίες, όπως για παράδειγμα το λευκό φόρεμα με πτυχώσεις της Marilyn Monroe από την ταινία «Επτά χρόνια φαγούρα», αλλά και πρόσφατα κατασκευασμένα ενδύματα, όπως αυτά του σχεδιαστή Bob Mackie για την Cher, καθώς και ρούχα της Barbra Streisand από την, τότε, επερχόμενη ταινία της, «Ένα αστείο κορίτσι». Η επιλογή της αυτή δημιούργησε περαιτέρω αμφισβητήσεις για την αξία έκθεσης τους στο μουσειακό πλαίσιο, κάνοντας όμως παράλληλα κατανοητή τη διαχρονική ισχύ και την ικανότητα του Hollywood «να αφομοιώνει την ιστορία στο σύγχρονο κόσμο» (Koda and Martin,1993: 19).

Κάθε έκθεση της Vreeland αποτελούσε ένα ισχυρό θέαμα, δεν έπαυε όμως να υφίσταται έντονη κριτική για την υποβάθμιση της ιστορικής ακρίβειας σε βάρος δημιουργικών παραφράσεων, τονίζοντας αυτή τη «διχοτόμηση ανάμεσα στη

διασκέδαση και στην εκπαιδευτική πλευρά» (Steele,2008: 11). Για παράδειγμα, η έκθεση «Ο δράκος του Μαντσού: Κοστούμια της Κίνας», περιείχε μοναδικά ενδύματα όμως,

«το συμβολικό τους νόημα αγνοήθηκε εντελώς, ενώ τα ίδια είχαν συνδυαστεί μεταξύ τους με τρόπο που θύμιζε το πολυεπίπεδο στυλ της δεκαετίας του '80, παρά την ακριβή ένδυση της δυναστείας των Qing» (Steele,2008: 11).

Η αναπαραγωγή κλισέ και προσωπικών εντυπώσεων ήταν ίσως η μεγαλύτερη αδυναμία της. Για παράδειγμα, η έκθεση «Μπέλ Επόκ», παρουσίασε υπεραπλουστευτικά την εποχή ως «αθώα και σκανδαλιάρικη», αγνοώντας τα παιχνίδια εξουσίας και τη «σεξουαλική πολιτική της εποχής» (Koda στο Steele,2008: 16).

Με πλήρη έμφαση στο οπτικό αντίκτυπο της κάθε έκθεσης, οι συνοδευτικές λεζάντες θεωρούνταν χάσιμο χρόνου για την Vreeland. Στις συνεντεύξεις τύπου, πολλοί δημοσιογράφοι προσέγγιζαν την υπεύθυνη της ομάδας επιμελητών του Ινστιτούτου, Stella Blum για να κατανοήσουν το λανθάνον ιστορικό υπόβαθρο των εκθέσεων (Palmer,2008: 43).

Ο μεγαλύτερος όγκος αντιδράσεων για τις επιμελητικές επιλογές της προκλήθηκε το 1983 με την αναδρομική έκθεση «25 Χρόνια Yves Saint Laurent» (Buick, 2014:102). Η ιδέα της έκθεσης σύγχρονων σχεδιαστών εν ζωή αποτέλεσε μία ριζική παρέκκλιση για τα δεδομένα της εποχής. Για την κοινή γνώμη αυτή η έκθεση εγκατέλειπε κάθε έννοια αντικειμενικότητας, εξυπηρετώντας τα οικονομικά συμφέροντα της βιομηχανίας μόδας. Για ένα μικρό διάστημα μετά τις αντιδράσεις, το Ινστιτούτο Ενδύματος διέκοψε τη δημιουργία ανάλογων εκθέσεων. Όμως η αρχή είχε γίνει: «πολλά άλλα μουσεία και σχεδιαστές παρατήρησαν και μιμήθηκαν το νέο παράδειγμα» (Steele,2008: 12).

Παρότι για πολλούς επιδεικτική, προβληματική και με σοβαρές ελλείψεις ιστορικής τεκμηρίωσης, η στρατηγική αναμόρφωσης των εκθέσεων μόδας από την Vreeland, αναπόφευκτα «δημιούργησε ιστορία» (Buick,2014: 104). Η συμβολή της για τις σύγχρονες επιμελητικές οπτικές συνοψίζεται από την Judith Clark:

«[...] η υπολογισμένη παραμόρφωση και διαφθορά της ιστορίας ήταν ίσως η πιο βαθιά της δήλωση εντός της πρακτικής της επιμέλειας. Επιζητούσε κάτι το καινούριο. Αναρωτιόταν σε ποιο εύρος μία ιστορία μπορούσε να αφεθεί αποκλειστικά στο περιβάλλον σκηνικό καθώς και το πόσα ιστορικά χαρακτηριστικά μπορούν να επενδυθούν καθαρά και μόνο σε μία σιλουέτα. Έκανε την καταγραφή της ιστορίας σε μία λεζάντα να μοιάζει με μία τρομερή ήττα [...]» (στο Buick,2014: 106).

Η συνεισφορά των εκθέσεων που αναλύθηκαν πέρα από τις καινοτομίες που εισήγαγαν στην επιμελητική διαδικασία, στην ανανέωση της θεματολογίας και της προσέγγισης του μουσείου απέναντι στη μόδα συνίσταται κυρίως στην προσπάθεια να αιχμαλωτίσουν τον παλμό του παρόντος:

«οι μουσειακές επιδείξεις μόδας είχαν αγνοήσει το πώς αυτή λειτουργεί στον εξωτερικό κόσμο: σαν μέρος της καθημερινής γκαρνταρόμπας του ατόμου, σαν μία διαδικασία σχεδιασμού, σαν ένα ευφάνταστο στήσιμο μίας βιτρίνας, σαν μία προσεκτικά επιλεγμένη συλλογή σε ένα πολυκατάστημα, ή σαν ένα συνεχώς μεταλλασσόμενο φαινόμενο που περιδιαβαίνει τις διεθνείς πασαρέλες» (Buick,2012: 104).



Εικόνα 3. Η Diana Vreeland στην έκθεση «Το ρομαντικό και πολυτελές Χολιγουντιανό σχέδιο», The Costume Institute at the Metropolitan Museum of Art, 1975

Πέρα από την αρχική προσπάθεια νομιμοποίησης της μόδας, αναδύθηκε και η ανάγκη να αμβλυθεί ο στείρα ακαδημαϊκός και αμήχανος τρόπος έκθεσης της μέσα στο μουσειακό περιβάλλον.

Οι επιμελήτριες Judith Clark και Amy de la Haye, θέλοντας να υπογραμμίσουν το γεγονός ότι τα μουσεία «έχουν αντισταθεί στο να επινοήσουν το πώς θα πρέπει να εκθέσουν αυτή την ενστικτώδη και έντονη επιθυμία για τη μόδα» (Clark and De la Haye, 2014: 128), αναφέρουν το χαρακτηριστικό παράδειγμα του αμερικανού

καλλιτέχνη βιτρίνας Gene Moore. Το 1949 έστησε ειδικά για το πολυκατάστημα Bonwit Teller μία βιτρίνα με μία κούκλα με δύο κεφάλια, περιτριγυρισμένη από καπέλα. Ο ίδιος εξήγησε αυτό το συμβολισμό:

«Ήθελα να δείξω μία γυναίκα που αγαπούσε τόσο τα καπέλα ώστε έβγαλε ένα δεύτερο κεφάλι για να μπορεί να τα φορά» (στο Clark and De la Haye,2014: 128).

1.4 Οι εκθέσεις μόδας στη σύγχρονη εποχή

Από τη δεκαετία του 1970 μέχρι και το 1990, η εξέλιξη της μόδας συνεχίζεται σαν ένα ενεργητικό και ισχυρό παγκόσμιο φαινόμενο, ως «αποτέλεσμα της ακμάζουσας βιομηχανίας του έτοιμου ενδύματος» (Schwartz,2012: 12).

Στην τροχιά αυτή, η αυξανόμενη τάση για τη μελέτη της μόδας και τη δημιουργία ανάλογων μουσειακών εκθέσεων συμπίπτει με την «έκρηξη του ενδιαφέροντος για τον τρόπο ζωής, τις μουσειακές επισκέψεις και τη μόδα ως μέρος της κουλτούρας του εμπορεύματος του τέλους του 20^{ου} αιώνα» (McNeil,2008: 79).

Στον 21^ο αιώνα, όσο ποτέ άλλοτε οι «μεγάλης κλίμακας, ψυχαγωγικές εκθέσεις ενδύματος αποτελούν τη νόρμα» (Schwartz,2012: 13). Με αφετηρία τους τις πρώτες εκθέσεις μόδας που αναλύθηκαν, οι εκθέσεις αυτές «κέρδισαν έδαφος σαν συναρπαστικές και αξιόπιστες επιδείξεις απτών έργων τέχνης από το πεδίο της ένδυσης και της μόδας» (Schwartz, 2012:12).

Οι συλλογές ενδύματος και μόδας στο μουσειακό πλαίσιο, χαρακτηρίζονται πλέον ως περισσότερο ενδοσκοπικές και κριτικές και διαμορφώνονται με κύριο στόχο τους να αναδείξουν «τις αλλαγές στο σχέδιο, στις διαδικασίες παραγωγής και στο γούστο» (Schwartz,2012: 14). Η μέθοδος ανάπτυξης μιας συλλογής έχει εκσυγχρονιστεί πλέον με ρητά διατυπωμένες πολιτικές έτσι ώστε «οι συλλογές να επιδεικνύουν τοπικούς και εθνικούς πολιτιστικούς σκοπούς και πρωτοβουλίες» (Thompson στο Schwartz,2012: 14).

Οι νέες δυνατότητες ερμηνείας του ενδύματος στοιχειοθετούνται στη μελέτη του ως σημαντικό κομμάτι του υλικού πολιτισμού και της συμβολής του στην ανασύνθεση της κοινωνικής ιστορίας ευρύτερα: «χρησιμοποιούνται για να καταγράψουν τα κοινωνικά και πολιτιστικά έθιμα, να ανακατασκευάσουν και να κατανοήσουν προσωπικές και εθνικές αφηγήσεις» (Thompson στο Schwartz,2012: 14).

Μέσα σε αυτές τις γόνιμες συνθήκες, έχουν ιδρυθεί νέα μουσεία μόδας που ασχολούνται αποκλειστικά με την έκθεση της. Ενδεικτικά, μόνο, θα γίνει μία αναφορά σε μερικά αντιπροσωπευτικά ιδρύματα.

Το **Ινστιτούτο Ενδύματος του Κιότο** (*Kyoto Costume Institute*), ιδρύθηκε τον Απρίλιο του 1978, αρχίζοντας τη συστηματική έρευνα, συλλογή και έκθεση του δυτικού ενδύματος. Κύριος σκοπός του Ινστιτούτου είναι η προσπάθεια του να «επιτύχει μία ουσιαστική κατανόηση του ενδύματος και παράλληλα να επινοήσει μία μέθοδο πρόβλεψης για το πώς αυτό θα εξελιχθεί στο μέλλον» (Fukai,2002: 13). Η παρούσα συλλογή του Ινστιτούτου ανέρχεται σε πάνω από 10.000 ενδύματα από το 17^ο αιώνα μέχρι τη σύγχρονη εποχή, καθώς και περισσότερα από 20.000 αρχεία και έγγραφα, με την έμφαση της συλλογής να δίνεται στο γυναικείο ένδυμα καθώς αυτό ««αντανakλά πιο πιστά το ιδεώδες ομορφιάς της εκάστοτε εποχής» (Fukai, 2006: 13-14).

Το **Μουσείο Μόδας MoMu** (*The MoMu Fashion Museum*), ιδρύθηκε το 2002 στην Αμβέρσα, στα πλαίσια της πολιτικής προώθησης του Βελγίου για την εκπαίδευση πάνω στη μόδα (Fukai, 2010:291). Η διεθνής αναγνώριση της ομάδας σχεδιαστών «Αμβέρσα 6», όπως οι Martin Margiela, Dries Van Noten και Ann Demeulemeester, κατά τη δεκαετία του '80, έχει επηρεάσει την πολιτική του μουσείου που εκφράζει έντονα την ενίσχυση της εθνικής ταυτότητας, αφιερώνοντας μονοθεματικές εκθέσεις, τόσο σε αυτή την ομάδα όσο και στη νεότερη γενιά των εγχώριων αβανγκαρντ σχεδιαστών (Fukai, 2010: 292).

Κατονομάζοντας, μερικούς ακόμη σχετικά νεοσύστατους θεσμούς, που άπτονται των θεμάτων της μόδας, μπορούμε να προσθέσουμε τους εξής: Το **Μουσείο Μόδας-Ερευνητικό Κέντρο Εθνικής Κληρονομιάς** (*Museo del Traje- Centro de*

Investigación del Patrimonio Etnológico), που ιδρύθηκε στη Μαδρίτη το 2004, το **Μουσείο Μόδας** στο Σαντιάγο της Χιλής (*Museo de la Moda*), που ιδρύθηκε το 2006, το **Μουσείο σχεδίου και μόδας MUDE** στη Λισαβόνα (*Museo do design et da moda*), που ιδρύθηκε το 2008 και το **Μουσείο Ενδύματος και Μόδας** (*Palazzo Morando-Costume Moda Immagine*) στο Παλάτσο Morando στο Μιλάνο, που ιδρύθηκε το 2010 (Melchior,2011: 1).

Αξίζει ακόμη να αναφερθεί ότι ο νέος διευθυντής της Πινακοθήκης Ουφίτσι (*Galleria degli Uffizi*), στη Φλωρεντία, Eike Schmidt, προανήγγειλε τη μετατροπή της Γκαλερί Ενδύματος στο Παλάτσο Πίτσι, που διαχειρίζεται η Πινακοθήκη, σε Μουσείο Μόδας. Ο Schmidt έχει ξεκινήσει από το 2016 την άμεση διεύρυνση της συλλογής της Γκαλερί με δημιουργίες σύγχρονων σχεδιαστών μόδας, τονίζοντας ότι είναι η κατάλληλη στιγμή για αυτή την κίνηση καθώς, «υπάρχει τόσο μεγάλο ενδιαφέρον για τη μόδα τώρα».⁴

⁴ (Barry, 2016)

1.4.1 Τα μουσεία σχεδιαστών

Ένα ακόμη φαινόμενο της σύγχρονης εποχής είναι τα «μουσεία μάρκας»⁵, που λειτουργούν ως φόρος τιμής στο κληροδότημα ενός συγκεκριμένου σχεδιαστή. Πλέον, όλοι οι μεγάλοι οίκοι φιλοδοξούν να δημιουργήσουν κέντρα στέγασης των συλλογών τους, «χτίζοντας από το παρελθόν τους- αν μη τι άλλο επειδή η ιστορία χρησιμοποιείται ως έμπνευση».⁶ Η είσοδος των σχεδιαστών στο μουσείο έχει αλλάξει ολόκληρη την ιδεολογική τους προσέγγιση ως προς τη διαχείριση των προσωπικών τους αρχείων.⁷

Πέρα από τις προσωρινές εκθέσεις μόδας, οι σταθερές, πολυτελείς κτιριακές εγκαταστάσεις, που αποτελούν διαχρονικούς τόπους εκτίμησης του σχεδιαστικού τους οράματος αλλά και φιλόδοξα ερευνητικά κέντρα που ενισχύουν το κύρος τους για τη συνεισφορά στον πολιτισμό, φαίνεται να είναι πιο δελεαστική.

Ο ρόλος των μουσείων αυτών βέβαια, κατά κύριο λόγο περιορίζεται στη διαιώνιση της φήμης ενός σχεδιαστή και στη δυνατότητα του κοινού να θαυμάσει από κοντά, τα απροσπέλαστα ρούχα υψηλής ραπτικής. Αυτά τα μουσεία-αφιερώματα σηματοδοτούν την «εμπορευματοποίηση της ιστορίας της υψηλής ραπτικής εισάγοντας την άμεσα στον κόσμο του δημοφιλούς τουρισμού» (Taylor,2004: 168), αφού μπορούν να αναβαθμίσουν σημαντικά μία ολόκληρη οικιστική περιοχή.

Η κριτική που ασκείται στα εξειδικευμένα αυτά μουσεία βασίζεται στο ότι παρόλο που διατηρούν ένα σημαντικό αρχείο από το έργο του κάθε σχεδιαστή, δυσκολεύονται στο να παράσχουν ένα κριτικό πλαίσιο εξαιτίας ενός συνόλου παραγόντων, όπως η διαφύλαξη του κύρους, η έλλειψη σταθερού προσωπικού επιμελητών και οι οικονομικές δυσκολίες (Schwartz,2012: 21). Τέτοια μουσεία δεν θα μπορούσαν ποτέ να εξετάσουν αντικειμενικά την χρυσή εποχή της δημιουργικής πορείας των σχεδιαστών, αναγνωρίζοντας παράλληλα και τις αδύναμες περιόδους

⁵ (Menkes, 2011a)

⁶ (Menkes, 2011a)

⁷ (Menkes, 2011a)

τους. Τα μουσεία αυτά μειώνουν ακόμη τη δυνατότητα των παραδοσιακών μουσείων να αποκτήσουν αξιόλογα δείγματα του σχεδιαστικού τους έργου, που θα μπορούσαν να εκτεθούν σε ένα ευρύτερο κοινό (Schwartz,2012: 21).

Κατονομάζοντας και εδώ τα σημαντικότερα από αυτά, μπορούμε να αναφέρουμε τα εξής:

Το **Μουσείο Christian Dior** (*Musée Christian Dior De Granville*), ιδρύθηκε το 1991 στην Γκρανβίλ, γενέτειρα του σχεδιαστή με πρωτοβουλία του ξάδερφου του και επιμελητή Jean-Luc Dufresne. Το μουσείο αυτό δημιουργεί μία θεματική έκθεση κάθε χρόνο, εξετάζοντας διαφορετικές πτυχές από το έργο του Dior, ενώ η συλλογή του εμπλουτίζεται υπό την επίβλεψη του συλλόγου *Présence de Christian Dior*, του Οίκου Dior, του Ομίλου *Moët Hennessy Louis Vuitton*, όπου υπάγεται πλέον ο οίκος, αλλά και της πόλης της Γκρανβίλ με τη βοήθεια του τοπικού ταμείου εξαγορών.⁸

Το **Μουσείο μόδας και Υφάσματος** (*Fashion & Textile Museum*), που ιδρύθηκε το 1996 στο Λονδίνο, από τη σχεδιάστρια Zandra Rhodes με την πεποίθηση ότι «το έργο της παραγκωνίζεται και πρέπει να τοποθετηθεί σε ένα μουσείο ώστε να διατηρηθεί στη μνήμη του κοινού» (Mower στο Schwartz,2012: 20). Η συλλογή του εκπροσώπησε κυρίως τη σκηνή των σχεδιαστών των δεκαετιών του '60 και του '70, όπως οι Ossie Clark, Jean Muir και Biba (Schwartz,2012: 20). Από το 2007 αποτελεί ερευνητικό κέντρο του Κολεγίου Newham για την εκπαίδευση πάνω στη μόδα, λειτουργώντας χωρίς μόνιμη συλλογή αλλά με θεματικές εκθέσεις (ibid).

Το **Ίδρυμα Pierre Bergé - Yves Saint Laurent** (*Fondation Pierre Bergé - Yves Saint Laurent*), που ιδρύθηκε το 2002 και έχει ως στόχο του τη συντήρηση των αυθεντικών δημιουργιών από τα 40 χρόνια πορείας του σχεδιαστή Yves Saint Laurent, την οργάνωση εκθέσεων και την υποστήριξη εκπαιδευτικών και πολιτιστικών προγραμμάτων (Fondation Pierre Bergé - Yves Saint Laurent στο: Schwartz,2012: 20). Για τον ιδρυτή του Pierre Bergé, αυτό που καθιστά τη συλλογή του ιδρύματος ιδιαίτερα ξεχωριστή είναι ότι από το 1963, ο οίκος Yves Saint Laurent άρχισε πρώτος να συλλέγει συνειδητά τις δικές του αυθεντικές δημιουργίες

⁸ (<http://musee-dior-granville.com/en/le-musee/history-of-the-museum/>)

κατευθείαν μετά την πρώτη τους επίδειξη, δίνοντας έτσι τη δυνατότητα στον επισκέπτη να δει αυτούσιο το δημιουργικό όραμα του σχεδιαστή και όχι μεταποιημένες αναπαραγωγές με βάση τις επιθυμίες κάποιου πελάτη Πρόσφατα μάλιστα, ο Bergé, ανακοίνωσε τη δημιουργία δύο νέων μουσείων το 2017 στο Παρίσι και στο Μαρακές, τον αγαπημένο εξοχικό προορισμό του Saint Laurent.⁹

Το **Μουσείο Cristóbal Balenciaga** (*Cristóbal Balenciaga Museoa*), που ιδρύθηκε το 2011, στη γενέτειρα του σχεδιαστή, Guetaria, με στόχο να αναδείξει το δημιουργικό στυλ του μέσα από θεματικές κατηγορίες που ανανεώνονται κάθε έξι με δώδεκα μήνες (Schwartz,2012: 21).

Το **Μουσείο Gucci** (Gucci Museo), που ιδρύθηκε το 2011 με σκοπό του «να υπενθυμίσει στο κοινό την ιστορική του παράδοση ως οίκου υψηλής ποιότητας και τεχνουργίας», μέσα από κυκλικές εκθέσεις από το ευρύτατο αρχείο του οίκου (Schwartz,2012: 19), αλλά και να εστιάσει στην παρουσίαση «παράλληλων διαδρομών της τέχνης και της μόδας», όπως δήλωσε η τότε καλλιτεχνική διευθύντρια του οίκου, Frida Giannini.¹⁰

Το **Εκθεσιακό Κέντρο Armani/Silos** στο Μιλάνο, που εγκαινιάστηκε το 2015, στοχεύει να λειτουργήσει σαν «κέντρο εκπαίδευσης και δημιουργικής διέγερσης», παράλληλα με την παρουσίαση εκθεμάτων που θα εξετάζουν θεματικές από τα 40 χρόνια δημιουργίας του σχεδιαστή και θα επανεξετάζονται σύμφωνα με την εξέλιξη της δουλειάς του.¹¹

⁹ (Menkes, 2016)

¹⁰ (Menkes, 2011a)

¹¹ (<http://atribute.armani.com/us/atribute-to-exhibitions/>)

Ανακεφαλαιώνοντας, είδαμε ότι στη σύγχρονη εποχή το κλίμα δυσπιστίας για τη μουσειακή τύχη της μόδας έχει σε μεγάλο βαθμό ανατραπεί οριστικά.

Η «δια-γενεακή και επιστημονική μετατόπιση [...] προς πολιτικές που ευνοούν την προσβασιμότητα, προς πρωτοβουλίες συμπερίληψης, η συμμόρφωση με τις εμπορικές απαιτήσεις και η κυριολεκτική επανεφεύρεση του μουσείου ως θεσμού συμπορευόμενου με τις δραστηριότητες αναψυχής» (Breward,2008: 84), έχουν ως αποτέλεσμα τους νέες ευέλικτες πρακτικές πέρα από την προάσπιση της γνώσης. Τέτοια εφαρμογή αποτελεί και η μουσειολογία της μόδας.

Η περίοδος από το 1990 και μετά, αποδεικνύει την εντατικοποιημένη ενασχόληση των μουσείων με τη μόδα, την ίδρυση εξειδικευμένων μουσείων μόδας και την εξάπλωση εκθέσεων μόδας ακόμη και σε μουσεία χωρίς συλλογές ενδυμάτων. Η προβολή των εκθέσεων μόδας διακρίνεται ανάμεσα σε «εκθέσεις υψηλής ραπτικής μεγάλου κύρους ή πιο κριτικές προσεγγίσεις που θυμίζουν εγκαταστάσεις τέχνης» (Melchior and Svensson,2014: 6)

Η έννοια της μόδας στο μουσείο έχει «διευρυνθεί από μία συλλογή απτών αντικειμένων ώστε να συμπεριλάβει ένα διάλογο που επηρεάζει τις αντιλήψεις της μουσειακής πρακτικής» (Melchior and Svensson,2014: 9).

Έχοντας ανατρέξει σε αυτή την πορεία του ενδύματος και κατ'επέκταση της μόδας στο μουσειακό περιβάλλον, τα επόμενα κεφάλαια θα πραγματευτούν τις νέες εξελίξεις που φέρει η μουσειολογία της μόδας στη βιωσιμότητα των μουσείων και στην επιμελητική διαδικασία. Η ένταξη του ενδύματος στο μουσειακό περιβάλλον, η νέα υπόσταση και οι αφηγήσεις που το ακολουθούν καθώς και η έμφυλη διάσταση του επιμελητή του ενδύματος είναι επίσης ζητήματα που θα διερευνηθούν εκτενέστερα.

2. Η οικονομική διάσταση της μουσειολογίας της μόδας

Όπως είδαμε, η ένταξη της μόδας στο μουσειακό περιβάλλον συνδέθηκε με την έννοια της ψυχαγωγίας, της επένδυσης στο θέαμα και της προσπάθειας απεύθυνσης στο ευρύ κοινό.

Κατά τη δεκαετία του '90, η αλλαγή στις κυβερνητικές στάσεις ως προς τις επιχορηγήσεις στην Αγγλία και σε άλλες χώρες, πυροδότησε με τη σειρά της την ανησυχία για την εξεύρεση χρηματοδότησης και την πιθανή μείωση του αριθμού επισκεπτών στα μουσεία. Αυτή η πίεση οδήγησε «στην υιοθέτηση στρατηγικών μάρκετινγκ και μίας πιο εταιρικής κουλτούρας ακόμη και σε μουσεία χρηματοδοτούμενα από το δημόσιο» (Anderson,2000: 372).

Η ανάγκη της στόχευσης σε συγκεκριμένες κοινωνικές ομάδες, της διεξαγωγής ερευνών επισκεπτών και της αξιολόγησης της επιτυχίας των μουσειακών δραστηριοτήτων, αποτελούν αναπόσπαστα στοιχεία του περιβάλλοντος μέσα στο οποίο εργάζονται οι επιμελητές ενδύματος σήμερα. Ταυτόχρονα, η μόδα αποτελεί την πιο «ταχύτατα εναλλασσόμενη πηγή νέων ιδεών στον οπτικό πολιτισμό» (Anderson,2000: 372). Τα προϊόντα, οι προβαλλόμενες εικόνες τα σλόγκαν και τα κείμενα των σχεδιαστών της έχουν μεγαλύτερη προσβασιμότητα σε σχέση με οποιονδήποτε άλλο τομέα της βιομηχανίας του design» (Anderson,2000: 372).

Σε αυτό το κλίμα εξεύρεσης μιας νέας στρατηγικής, επιλέγοντας το στήσιμο μεγάλων εκθέσεων μόδας τα μουσεία απλώς συμβαδίζουν με το πνεύμα της εποχής. Οι «ανταγωνιστικές απαιτήσεις της μόδας διαχέονται πλέον στην ακαδημαϊκή μελέτη, στην αγορά και στο μουσείο» (McNeil,2008: 78). Έτσι, σε αντιστοιχία με άλλους τομείς της κοινωνίας, τα μουσεία είναι «ενσωματωμένα στο διάλογο της μόδας και στην έλξη του καινούριου» (Melchior,2014: 2).

Ο εκδημοκρατισμός της μόδας μοιάζει να έχει ως φυσική του συνέπεια την εκτεταμένη ενασχόληση των μουσείων με αυτήν. Η έκρηξη των εκθέσεων μόδας είναι απλώς η «αντανάκλαση των διεργασιών που έχουν συμβεί στην ίδια την έννοια της μόδας αυτή τη χιλιετία. Με τη δύναμη της τεχνολογίας, των στιγμιαίων

εικόνων και της παγκόσμιας συμμετοχής, η μόδα έχει εξελιχθεί από ένα πάθος των ολίγων σε έναν ενθουσιασμό και μία μορφή ψυχαγωγίας για όλους». ¹²

Με αυτή τη λογική, ο διευθύνων σύμβουλος του Μουσείου τέχνης του Λος Άντζελες, Michael Govan, διαπιστώνει πως «στο σύγχρονο περιβάλλον, όπου τα όρια μεταξύ ζωγραφικών έργων, γλυπτικής, μέσων και σχεδίου είναι ασαφή, είναι η κατάλληλη στιγμή για να λάβουμε υπόψη την τεράστια σημασία του ενδύματος» (στο Schwartz,2012: 5).

Επιπλέον όμως, οι εκθέσεις μόδας στο μουσείο φέρουν το στίγμα της εμπορευματοποίησης που για πολλούς θέτει σε κίνδυνο τον ακαδημαϊκό ρόλο του μουσείου. Η μόδα περιγράφεται χαρακτηριστικά ως «το αγαπημένο παιδί του καπιταλισμού» (Steele,1998: 334).

Ακόμη και σήμερα λοιπόν, η μόδα στο μουσείο παρουσιάζεται ως αναπόφευκτο σημάδι αισθητικής έκπτωσης ενός νέου συστήματος προσανατολισμένου στο κέρδος.

Για τον διευθυντή του μουσείου Design στο Λονδίνο, Deyan Sudjic,

«η μόδα αποτελεί την ιδανική πολιτιστική μορφή για τα αυστηρά περιορισμένα χρονικά περιθώρια της εποχής μας και διευρύνεται για να καλύψει το κενό που έχει αφήσει το συρρικνωμένο ενδιαφέρον σε παλαιότερες μορφές τέχνης. Η μόδα ταιριάζει στα περιορισμένα γούστα μας. Η ένταξη της στο πολιτιστικό τοπίο έχει γίνει μέρος των επιχειρηματικών στρατηγικών των ομίλων που αυξάνουν συνεχώς την επιρροή τους πάνω της. Η κίνηση αυτή κάνει τα ρούχα να μοιάζουν σημαντικά. Τα καθιστά σημείο αναφοράς» (στο Taylor,2004: 287).

Συνεπώς, η κριτική των εκθέσεων μόδας επικεντρώνεται μεταξύ άλλων σε ζητήματα οικονομικής φύσεως, όπως οι εμπορικές χορηγίες. Συνεπακόλουθα, εξετάζεται η ακεραιότητα του επιμελητή ως προς την αντικειμενική παρουσίασή τους.

¹² (Menkes, 2011a)

Η, ευρέως διαδεδομένη, μονοθεματική έκθεση εξακολουθεί να θεωρείται εύκολη μορφή παρουσίασης, που απηχεί στα καταναλωτικά ιδεώδη. Ο Julian Spalding στο δοκίμιο του *The poetic museum: Reviving Historic Collections*, έγραψε με αφορμή την πρώτη αναδρομική έκθεση για σχεδιαστή μόδας στο V&A, αυτή του οίκου Versace το 2002, ότι «οι ιθύνοντες του μουσείου προσπαθούν να εξευγενίσουν μία εμπορική δραστηριότητα», υπό την έννοια ότι η έκθεση επικεντρώθηκε στο εμπορικό προϊόν ενός μεμονωμένου σχεδιαστή (στο Taylor,2005: 455).

Η δυσμενής στάση απέναντι στις εκθέσεις μόδας ως προς τις εμπορικές τους προεκτάσεις, εμφανίστηκε ήδη εν τη γενέσει τους.

Η Debora Silverman στο βιβλίο της *Selling Culture: Bloomingdale's, Diana Vreeland, and the new aristocracy of taste in Reagan's America*, κατακεραύνωσε την νέα αισθητική κουλτούρα της ελίτ που εισήγε η Vreeland στο μουσείο ως «αποθέωση της κοινωνικής διάκρισης και της υπαγωγής του γυναικείου ρόλου σε διακοσμητικό στοιχείο» (Silverman,2007: 307).

Για την πρώτη μεγάλη αναδρομική έκθεση αφιερωμένη στον τότε εν ζωή σχεδιαστή, Yves Saint Laurent το 1984, έγραψε χαρακτηριστικά πως

«[...] δεν μας διαφώτισε σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο τα πολυτελή σύνολα παράγονταν στην πραγματικότητα, ή για τη θέση αυτών των δημιουργημάτων υψηλής ραπτικής μέσα στην πολύπλοκη αυτοκρατορία μόδας του YSL, που ήταν αφιερωμένη στη μαζική παραγωγή. [...] Η έκθεση της Diana Vreeland δεν πέτυχε ως εκπαίδευση αλλά ως μία γιγαντιαία διαφημιστική καμπάνια για τη γαλλική υψηλή ραπτική, σαν ένας δημόσιος φόρος τιμής στους πιστούς πάτρωνες του δελφίνου της μόδας και μια δοξολογία της γυναίκας ως αντικειμένου τέχνης, για την οποία η ζωή είναι ένας ατελείωτος κύκλος αλλαγής από το ένα κομψό σύνολο στο επόμενο» (Silverman,2007: 305).

Είναι γεγονός ότι οι εκθέσεις της Vreeland ήταν αποτέλεσμα συνδιαλλαγής με τη βιομηχανία της μόδας:

«το όφελος από κάθε μία από αυτές τις εκθέσεις για τους σχεδιαστές, τα πολυκαταστήματα και τις εταιρείες καλλυντικών που συμμετείχαν ήταν έκδηλο από τη μίμηση της προβαλλόμενης εικόνας και την επιτάχυνση των πωλήσεων, ενώ το ίδιο το Μητροπολιτικό Μουσείο επωφελήθηκε από τη διευρυμένη προσέλευση και τις σημαντικές δωρεές από τους εμπλεκόμενους αλλά και από τους φίλους τους» (Belk,1995: 113).

Για παράδειγμα, με αφορμή την έκθεση «ο δράκος του Μαντσού», με τα κινέζικα ενδύματα της δυναστείας των Qing,, στο Ινστιτούτο Ενδύματος του Μητροπολιτικού Μουσείου της Νέας Υόρκης, τα πολυκαταστήματα Bloomingdale's και Bonwit Teller «ρευστοποιήσαν την επιτυχία της έκθεσης παράγοντας μαζικά απομιμήσεις τους και μία σειρά σχετικών διακοσμητικών αντικειμένων» (Belk,1995: 113).

Οι χορηγοί της έκθεσης ήταν κατά κύριο λόγο σχεδιαστές μόδας, όπως οι Yves Saint Laurent, Bill Blass, Oscar de la Renta, Adolfo και Halston, που «χρησιμοποίησαν το γκαλά των εγκαινίων της έκθεσης για να παρουσιάσουν τις προσωπικές τους σειρές ρούχων» (Belk,1995: 113).

Η οικονομική στήριξη των οίκων μόδας προς την τέχνη με σκοπό την επέκταση του πολιτιστικού τους κεφαλαίου δεν αποτελεί, βέβαια, σύγχρονο φαινόμενο. Ήδη από το 19^ο αιώνα και την ανάδυση της υψηλής ραπτικής, οι σχεδιαστές μόδας άρχισαν να λειτουργούν ως συλλέκτες έργων τέχνης και πάτρωνες, θέλοντας να κερδίσουν την αποδοχή των πελατών τους από τα υψηλότερα κοινωνικά στρώματα, αναβαθμίζοντας το προφίλ τους από εκείνο του τεχνίτη σε εκείνο του καλλιτέχνη (Crane,2000: 149).

Σε μια πιο σύγχρονη εκδοχή, η σχεδιάστρια Miuccia Prada, για παράδειγμα, θέλοντας να αφιερώσει μέρος του έργου της στην προάσπιση του πολιτισμού έχει ιδρύσει από το 1995, το ομώνυμο ίδρυμα *Fondazione Prada*, που επικεντρώνεται

στη συλλογή έργων τέχνης και στη στήριξη σύγχρονων καλλιτεχνών, θεσπίζοντας, μεταξύ άλλων, και βραβείο για νέους επιμελητές.¹³

Στο μουσειακό περιβάλλον, η στήριξη των σχεδιαστών στην τέχνη, λαμβάνει τη μορφή πρωμοδότησης καλλιτεχνών μέσω της καθιέρωσης ενός βραβείου που φέρει το όνομα του οίκου ενός σχεδιαστή.

Ένα τέτοιο παράδειγμα είναι το ομώνυμο βραβείο της εταιρείας ένδυσης *Hugo Boss* που καθιερώθηκε το 1996 και χορηγείται από το Μουσείο Guggenheim της Νέας Υόρκης. Με χρηματικό έπαθλο 100.000 δολαρίων, χωρίς περιοριστικά κριτήρια «γένους, ηλικίας ή εθνικότητας», το βραβείο στηρίζει την προσπάθεια αναδυόμενων καλλιτεχνών. Μέχρι και το 2001 οι συμμετοχές εκτίθεντο στο παράρτημα του Guggenheim *Soho*, σε μία αίθουσα που είχε ονομαστεί τιμητικά Hugo Boss Gallery.¹⁴

Όσο το μουσείο επιχειρεί να ανανεώσει το προφίλ του και να παραμείνει επίκαιρο με τις εκθέσεις μόδας, άλλο τόσο η μόδα βαπτίζεται με μια νέα πνευματική λειτουργία, ισχυροποιώντας τον αντίκτυπο της. Έτσι, ολοένα και περισσότερο, εκτίθεται με έναν «ακαδημαϊκό, μουσειακό τρόπο και συνάμα επιλέγεται ως στρατηγική σύνδεσης πόλεων ή και χωρών ακόμα με την προσφιλή εικόνα της» (Melchior and Svensson, 2014: 3). Σε αυτό το αμφίδρομο δούναι και λαβείν, οι πολυεθνικές εταιρείες της μόδας έχουν πλέον τη δυνατότητα να αναπαραστήσουν την ιστορία τους και το αρχείο ενδυμάτων τους με ένα λιγότερο εμπορικό τρόπο. Μία τέτοια περίπτωση είναι η δημιουργία του ψηφιακού μουσείου Valentino, που ανέβηκε στο διαδίκτυο το 2011, παρουσιάζοντας με τον αξιοσέβαστο τρόπο του μουσείου τις σημαντικότερες δημιουργίες του (Melchior and Svensson, 2014: 3).

Η διευρυμένη σχέση μεταξύ του μουσείου και της βιομηχανίας της μόδας λαμβάνει και εννοιολογικές παραμορφώσεις, αφού το μουσείο ως σήμα κατατεθέν φτάνει να μετατρέπεται αντίστροφα σε μία «έννοια εμπορικής μπουτίκ», όπως συνέβη στην

¹³ (<http://www.curateaward.org/>)

¹⁴ (https://archive.org/stream/hugobosgugg/hugobosgugg_djvu.txt)

περίπτωση της δανέζικης εταιρείας Wood Wood, που άνοιξε το μαγαζί της το 2012 με την ένδειξη μουσείο (Melchior and Svensson,2014: 3).

Η υιοθέτηση των τεχνικών του μουσείου, έστω και επιδερμικά, στηρίζεται ακριβώς στην προσπάθεια «ιδιοποίησης κύρους και μιας διαχρονικής παγίωσης status» (Zukin στο Belk,1995: 129).

Γνωρίζουμε ότι στην απαρχή τους,

«τα μουσεία στην Ευρώπη και στις Ηνωμένες Πολιτείες συνδέθηκαν με τα πολυκαταστήματα, μέσω μίας κοινής γενεαλογίας που ανάγεται στις μεγάλες Παγκόσμιες Εκθέσεις του 19^{ου} αιώνα. Όμως τον περασμένο αιώνα, έγινε σε αυτές τις κοινωνίες ένας διαχωρισμός μεταξύ της τέχνης και της επιστήμης, του εορτασμού και του εμπορίου, με τα αντικείμενα και τις δραστηριότητες σε κάθε κατηγορία να διαχωρίζονται αυστηρά από την άποψη του κοινού, της επιμελητικής πραγματογνωμοσύνης και της οπτικής ιδεολογίας» (Appadurai and Breckenridge στο Belk,1995: 127).



Εικόνα 4. Η μπουτίκ της δανέζικης εταιρείας *Wood Wood*

Πλέον, τέτοιες εμπορικής φύσης ενέργειες, ενισχύουν την πολεμική των κριτικών τέχνης αλλά και των ακαδημαϊκών, καθώς:

«τα μουσεία λογίζονται ως μη εμπορικοί χώροι, και η είσοδος της μόδας, ιδίως της υψηλής σύγχρονης μόδας σε αυτά, τα καθιστά μέρος του συστήματός της, ένα ακόμη κανάλι για την προβολή της βιομηχανίας της μόδας» (Anderson στο Melchior and Svensson,2014: 3).

Έτσι, για την κοινή γνώμη, οι οικονομικές πιέσεις έχουν διαμορφώσει

«ένα εκχυδαϊσμένο και παραμορφωτικό σύστημα νέων θεσμικών κανόνων [...] συστήνοντας μία ηθική εμπορευματοποίησης και ένα λεξιλόγιο πωλήσεων και γενικά έχουν μεγαλοποιήσει τις προσδοκίες των μουσείων για τα αναμενόμενα οφέλη [...]» (Harris στο Belk,1995: 130).

Μέσα στο σύγχρονο πλαίσιο της καταναλωτικής κουλτούρας, η τάση για ανανέωση έχει, αναπόφευκτα, ως αποτέλεσμα της πιο δραστηρές κινήσεις επαναπροσδιορισμού του μουσειακού προφίλ. Για τον ιστορικό του πολιτισμού και της μόδας, Christopher Breward, η μόδα αρμόζει στο μουσειακό πλαίσιο καθώς,

«στη διψασμένη για δημοσιότητα εποχή του Damien Hirst, οι αρχές αρπακτικού του κόσμου της μόδας είναι πιο ταιριαστές στη σύγχρονη πρακτική επιμέλειας και δημιουργίας από τις παρωχημένες ιεραρχίες της καλλιτεχνικής παραγωγής» (στο Taylor,2005: 456).

Εμβαθύνοντας περαιτέρω στα αίτια αυτής της, για πολλούς, απρόσμενης προσήλωσης ολοένα και περισσότερων μουσείων στη μόδα, εντοπίζουμε ότι οφείλεται κυρίως στο γεγονός της μεγάλης επιτυχίας που έχει φέρει για διεθνή mega-μουσεία, όπως το V&A και το Met. Τα μουσεία αυτά «ορίζουν τις τάσεις για τις στρατηγικές εκθέσεων και τις μεθόδους παρουσίασης» σε παγκόσμια κλίμακα (Melchior and Svensson,2014: 3). Οι εκθέσεις μόδας τους αποτελούν παραγωγές εκατομμυρίων με καλλιτεχνικούς διευθυντές, ευρέως αναγνωρισμένους σκηνοθέτες και καλλιτέχνες, αποτελώντας έτσι μεγαλεπήβολες επενδύσεις στο θέαμα.

Συχνά, η αυξημένη εισροή επισκεπτών συμβαίνει ακριβώς για αυτές τις εκθέσεις μόδας, επισκιάζοντας ακόμη και αναδρομικές εκθέσεις ιστορικών προσωπικοτήτων της τέχνης.

Το 2012, το Met, ανακοίνωσε ότι τρεις πολυαναμενόμενες εκθέσεις, «ενίσχυσαν την οικονομία της Νέας Υόρκης κατά 781 εκατομμύρια δολάρια, με τους επισκέπτες εκτός πόλης να συνεισφέρουν με 78.1 εκατομμύρια σε αυτό το ποσοστό». ¹⁵

Ανάμεσά τους, ήταν και η ευπώλητη έκθεση του Met, «Schiaparelli και Prada: Ανέφικτες συζητήσεις». Με καλλιτεχνικό διευθυντή της τον γνωστό σκηνοθέτη του Χόλυγουντ, Baz Luhrmann, η έκθεση δημιούργησε έναν παράλληλο διάλογο ανάμεσα στις δύο ιταλίδες σχεδιάστριες διαφορετικών εποχών, ξεπερνώντας σε επισκεψιμότητα μία εξίσου ηχηρή έκθεση τέχνης στο ίδιο μουσείο: Η έκθεση «Οι Stein συλλέγουν: Matisse, Picasso και παρισινή αβαν-γκαρντ», που εξέταζε το πώς η Gertrude Stein μαζί με τα αδέρφια της Leo και Michael διαμόρφωσαν το κίνημα του μοντερνισμού στη Γαλλία, επισκιάστηκε από μία έκθεση μόδας. ¹⁶

Το 2011, η έκθεση-αφιέρωμα στον Alexander McQueen, με τίτλο «Άγρια Ομορφιά» στο Ινστιτούτο Ενδύματος του Met, ένα χρόνο μετά την αυτοκτονία του, έφτασε τους 661.509 επισκέπτες. Ο αριθμός αυτός την ανέδειξε στην έκθεση με τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα όλων των εποχών για το Ινστιτούτο. ¹⁷

Η Anna Wintour είχε δηλώσει για την έκθεση:

«ξέραμε ότι θα πάει καλά, όμως δεν γνωρίζαμε σε ποιο βαθμό. Ένα αγόρι από το ταχυδρομείο μου είπε χτες πόσο πολύ απόλαυσε την έκθεση. Αυτό σου δείχνει πολύ απλά το πώς η μόδα σήμερα απευθύνεται σε τόσους διαφορετικούς ανθρώπους». ¹⁸

¹⁵ (Boehm, 2012)

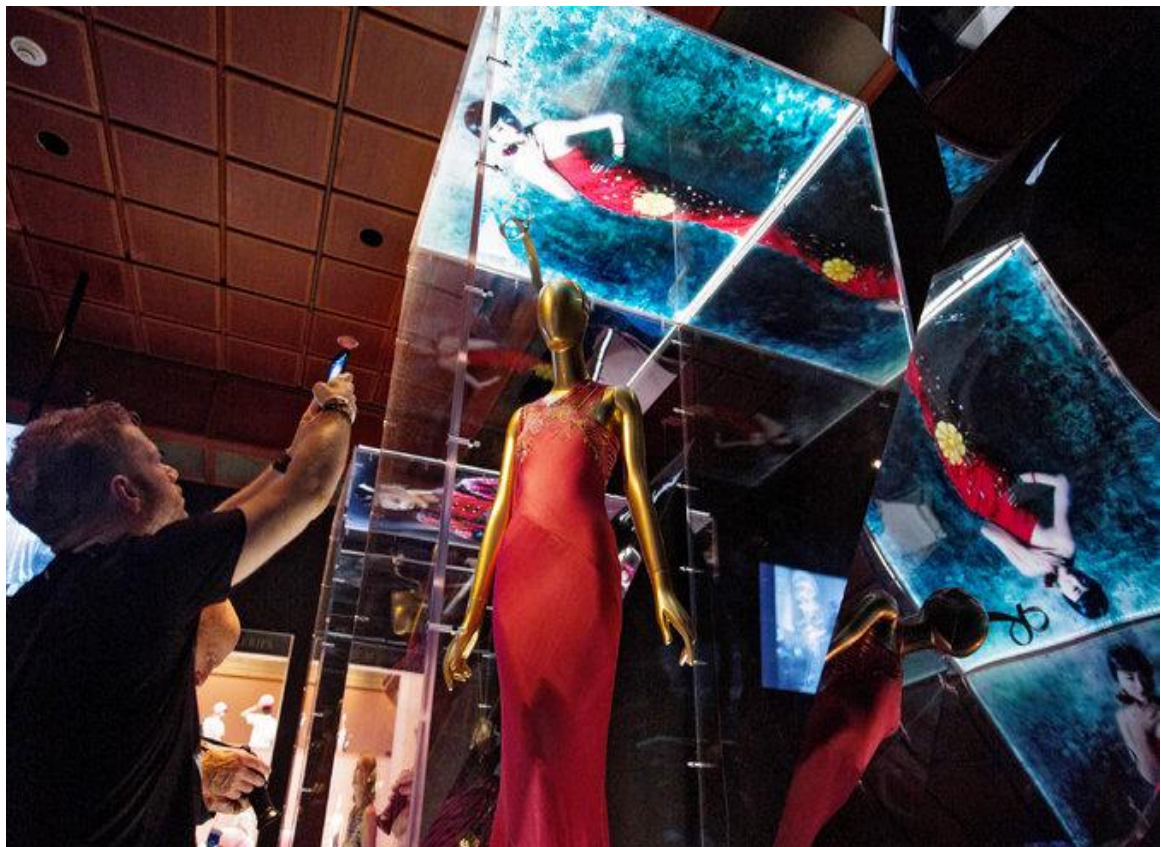
¹⁶ (Boehm, 2012)

¹⁷ (Friedman, 2015)

¹⁸ (Freeman, 2011)

Μόλις, πέρυσι το 2015 η έκθεση «Κίνα: Μέσα από τον καθρέφτη», κατάφερε να ξεπεράσει τον αριθμό ρεκόρ φτάνοντας στους 815.992 επισκέπτες.

Με καλλιτεχνικό διευθυντή της τον σκηνοθέτη Wong Kar Wai, η έκθεση εξέτασε τη φαντασίωση της Κίνας σχετικά με την τέχνη, τη μόδα και το σινεμά της Δύσης, αντιπαραβάλλοντας μία ιστορία 5.000 χρόνων με σύγχρονα ενδύματα μέσω μικτών μεθόδων, όπως παράλληλη προβολή αποσπασμάτων από ταινίες. Κατακτώντας άλλη μία πρωτιά, ήταν η μόνη έκθεση μόδας που επεκτάθηκε πέρα από τις αίθουσες του Ινστιτούτου Ενδύματος και στο Τμήμα Ασιατικής Τέχνης του Met.¹⁹



Εικόνα 5. Στιγμιότυπο από την έκθεση «Κίνα: Μέσα από τον καθρέφτη», The Costume Institute at the Metropolitan Museum of Art, 2015

¹⁹ (Cahmi, 2015)

Η έκθεση αυτή δεν έφερε πάγια στοιχεία, όπως η δοκιμασμένη επιλογή της μονοθεματικής προσέγγισης, ούτε είχε το παρασκηνακό ενδιαφέρον, που προκάλεσε η παραφιλολογία για τον εκλιπόντα McQueen. Για τους συνεπιμελητές, Andrew Bolton και Maxwell K. Hearn, η μεγάλη απήχηση της έκθεσης δεν ήταν αναμενόμενη αφού δεν είχε «αυτό το αγκίστρι της μοναδικής προσωπικότητας που είναι ικανό να μετατρέψει το διαλογισμό πάνω στην υψηλή κουλτούρα σε μία παρατεταμένη στιγμή της πόπ κουλτούρας». ²⁰

Ο τρόπος διάχυσής της, είχε το, κατά Bolton, «αποτέλεσμα Χάρι Πότερ», κάνοντάς τη γνωστή από στόμα σε στόμα. Η μεγαλύτερη εισροή, βέβαια, προερχόταν από ξένους επισκέπτες, το 40% από διάφορες χώρες και ανάμεσά τους το 14% Κινεζικής καταγωγής. Ένας παράγοντας που μπορεί να ληφθεί υπόψη για την επιτυχία της είναι ότι η Κίνα «αποτελεί σήμερα μία από τις πιο προσοδοφόρες αγορές για τους σχεδιαστές της Δύσης». ²¹

Οι δύο αυτές εκθέσεις ενδύματος κατατάσσονται στις «10 πιο δημοφιλείς εκθέσεις σε ολόκληρη την ιστορία του Met» ²², δίπλα σε ιστορικές εκθέσεις τέχνης, όπως «Μόνα Λίζα (1963), «Οι ρίζες του Ιμπρεσιονισμού» (1995) και «Ο Πικάσο στο Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης» (2010) [...] καθώς και την έκθεση με πάνω από ένα εκατομμύριο επισκέπτες του 1979, «Οι θησαυροί του Τουταγχαμών». ²³

Ακολούθως, στην Αγγλία η μεταφορά της έκθεσης «Άγρια Ομορφιά» του McQueen στο V&A, το 2015, με προσθήκη 66 επιπλέον εκθεμάτων και απεριόριστη πρόσβαση στο αρχείο του οίκου, αποτέλεσε την πιο δημοφιλή έκθεση στην ιστορία του μουσείου με 480.000 επισκέπτες. ²⁴

²⁰ (στο Friedman, 2015)

²¹ (Friedman, 2015)

²² (Heller, 2016)

²³ (Friedman, 2015)

²⁴ (Qureshi, 2015)

Το V&A, αν και είχε χορηγούς τις εταιρείες Swarovski, M.A.C Cosmetics και την American Express διέθεσε 3 εκατομμύρια λίρες για την έκθεση, ποσό που θεωρείται το μεγαλύτερο μέχρι στιγμής για παραγωγή έκθεσης στην ιστορία του.²⁵ Η δαπάνη, βέβαια, αντισταθμίστηκε καθώς η προσέλευση του κοινού ήταν τόσο μεγάλη, που το μουσείο προσέλαβε μία εξειδικευμένη εταιρεία διαχείρισης, για να ρυθμίζει τη ροή των επισκεπτών με λίστα ανά 15 λεπτά.²⁶

Σύμφωνα με τον Tim Reeves, αναπληρωτή διευθυντή του μουσείου

«οι λιγότερο ελκυστικές συλλογές του μουσείου θα επωφεληθούν από την έκθεση. Πολλά άτομα που ήρθαν να δουν την έκθεση του McQueen ή την προηγούμενη για τον David Bowie δεν είχαν έρθει ποτέ ξανά στο V&A. Πολλοί έγιναν μέλη για να καταφέρουν να τις δουν και έκτοτε έχουν παραμείνει».²⁷

Η πρωτοφανής επιτυχία της έκθεσης του McQueen οδήγησε την ίδια περίοδο στο μιμητισμό με τη δημιουργία εκθέσεων παρόμοιας θεματικής γύρω από το σχεδιαστή στην Αγγλία, όπως οι «Nick Waplington/Alexander McQueen: Μέθοδος Εργασίας» στην Tate του Λονδίνου και η «Βαφή Πολέμου: ο Alexander McQueen και το μακιγιάζ» στη γκαλερί *Fashion Space*.²⁸

Οι δύο μεγάλες εκθέσεις μόδας για τον McQueen και την Κίνα, εισήγαγαν, ακόμη νέες στρατηγικές κινήσεις στα μουσεία, μετατρέποντας τα σε φιλόξενους χώρους αναψυχής.

Για παράδειγμα, το Met, το τελευταίο σαββατοκύριακο πριν από την εκπνοή της έκθεσης παρέμεινε ανοιχτό μέχρι τα μεσάνυχτα, προτρέποντας τους επισκέπτες να συνεχίσουν την ιδιαίτερη επίσκεψή τους με φαγητό και ποτό στο μπάρ της

²⁵ (<http://www.theguardian.com/fashion/2015/aug/03/alexander-mcqueen-show-savage-beauty-most-popular-victoria-and-albert-history>)

²⁶ (<http://www.theguardian.com/fashion/2015/aug/03/alexander-mcqueen-show-savage-beauty-most-popular-victoria-and-albert-history>)

²⁷ (<http://www.theguardian.com/fashion/2015/aug/03/alexander-mcqueen-show-savage-beauty-most-popular-victoria-and-albert-history>)

²⁸ (Stansfield, 2015)

κεντρικής αίθουσας, ακούγοντας ζωντανή μουσική από το κουαρτέτο εγχόρδων Ethel.²⁹

Το V&A, δεδομένης της υψηλής ζήτησης για την έκθεση «Άγρια Ομορφιά», αποφάσισε να μείνει ανοιχτό μέχρι τις 5.30μμ, διαθέτοντας επιπλέον 15.000 εισιτήρια τα δύο τελευταία σαββατοκύριακα της λειτουργίας της.³⁰

Κατά τη διάρκεια των ωρών αυτών, το πωλητήριο του μουσείου είχε ειδικές προσφορές, ενώ το μπάρ λειτουργούσε όλο το βράδυ, με ζωντανή μουσική μέχρι τις 10. Ο διευθυντής του μουσείου, Martin Roth, δήλωσε ότι πρόκειται για μια

«αξιοσημείωτη έκθεση [...] Αυτή θα είναι η πρώτη φορά που ανοίγουμε το V&A όλο το εικοσιτετράωρο, και πιστεύουμε πραγματικά ότι πρόκειται για μία εκδήλωση για την οποία αξίζει να σηκωθείς από το κρεβάτι»³¹



Εικόνα 6. Δημιουργία του Li Xiaofeng για την έκθεση «Κίνα: Μέσα από τον καθρέφτη», The Costume Institute at the Metropolitan Museum of Art, 2015

²⁹ (Van Zanten, 2015)

³⁰(<http://www.theguardian.com/fashion/2015/aug/03/alexander-mcqueen-show-savage-beauty-most-popular-victoria-and-albert-history>)

³¹ (Milligan, 2015)



Εικόνα 7. Επισκέπτες στην έκθεση «Άγρια Ομορφιά», Victoria and Albert Museum, 2015

Η στρατολόγηση των νέων μέσων στις μεθόδους προώθησης των εκθέσεων, βοήθησε ακόμη περισσότερο με τη διασπορά αποκλειστικών εικόνων των εκθεμάτων στον παγκόσμιο ιστό. Η έκθεση «Άγρια Ομορφιά» εντάχθηκε στο πρόγραμμα της εφαρμογής κινητών τηλεφώνων Empty. Η εφαρμογή αυτή έδωσε την ευκαιρία σε πολύ δημοφιλείς χρήστες του Instagram, να επισκεφθούν και να φωτογραφίσουν χώρους όπως, την εμπορική συνάντηση τέχνης Frieze και μουσεία, όπως τα Tate, Guggenheim και Met, σε ώρες μη λειτουργίας τους για το ευρύ κοινό.

Χρησιμοποιώντας το ειδικό hashtag #emptysavagebeauty, οι χρήστες μοιράστηκαν φωτογραφικά στιγμιότυπα από την έκθεση «Άγρια Ομορφιά», κατά την κανονική λειτουργία της οποίας απαγορευόταν αυστηρά η φωτογράφιση.³²



Εικόνα 8. Στιγμιότυπο από την έκθεση «Άγρια Ομορφιά», Victoria and Albert Museum, 2015

Στην εποχή της εικόνας, όπου το ενδιαφέρον για την εμφάνιση και η επινόηση της περσόνας, φαντάζουν πιο σημαντικά από ποτέ, οι εκθέσεις αυτές έλκουν ανάμεσα στις νέες κοινωνικές ομάδες στο μουσείο αυτό το ιδιαίτερο και εκκεντρικό κοινό της μόδας, μεταμορφώνοντας το ίδιο σε μία τάση, σε νευραλγικό σημείο και σε αναπόσπαστο κομμάτι της ζωής της πόλης.

³² (<http://www.dazeddigital.com/fashion/article/24853/1/exploring-savage-beauty-out-of-hours-instagram-mcqueen>)

Ανατρέχοντας στο πρόσφατο παρελθόν και στην πιο πολυσυζητημένη έκθεση μόδας σε σχέση με αυτή τη νέα ηθική εμπορευματοποίησης, δεν φαντάζει πια τυχαίο ότι ένας σχετικά νέος θεσμός, όπως το Μουσείο Guggenheim στο Μπιλμπάο, στην προσπάθεια του να προσελκύσει, έσπευσε να συμβαδίσει με την αναδυόμενη, δημοφιλή πρακτική. Το 2001, μετά τη σαρωτική επιτυχία της μεγάλης αναδρομικής έκθεσης προς τιμήν του ιταλού σχεδιαστή μόδας Giorgio Armani στο μητρικό μουσείο της Νέας Υόρκης, το παράρτημα του Μπιλμπάο αποφάσισε να τη φιλοξενήσει αυτούσια (Melchior,2014: 13).

Για την έκθεση «Giorgio Armani», κλήθηκαν μεγάλα ονόματα, όπως ο επιμελητής Harold Koda από το Ινστιτούτο Ενδύματος του Μητροπολιτικού Μουσείου της Νέας Υόρκης και ο γνωστός καλλιτέχνης Robert Wilson για το σχεδιασμό της (Melchior,2014: 13), μετατρέποντας τη μεγάλη σπειροειδή ράμπα του Frank Lloyd Wright στο κέντρο του μουσείου σε ένδυμα από λευκή γάζα.³³

Η έκθεση αυτή χαρακτηρίστηκε «μεγαθήριο», αφού μετά την παρουσίαση της στα δύο μουσεία Guggenheim στη Νέα Υόρκη και στο Μπιλμπάο, περιόδεψε στην Εθνική Πινακοθήκη Neue του Βερολίνου, στη Βασιλική Ακαδημία του Λονδίνου³⁴ καθώς και στη Ρώμη, στο Τόκυο, στη Σαγκάη και στο Μιλάνο.³⁵

Πρέπει να σημειωθεί εδώ ότι αυτή η πρακτική της περιοδεύουσας έκθεσης που διευκολύνει την πρόσβαση του κοινού σε παγκόσμια εμβέλεια, ειδικά για τις εκθέσεις μόδας, αποτελεί μία ολοένα διευρυνόμενη εφαρμογή στο μουσειακό κόσμο.³⁶

Η μεγάλη επιτυχία της έκθεσης, πάντως, δεν κατόρθωσε να μειώσει τις αιχμές για δωροδοκία του μουσείου. Η απόφαση της δημιουργίας της επικρίθηκε έντονα ως

³³ (Breward, 2003)

³⁴ (Breward, 2003)

³⁵ (<http://atribute.armani.com/us/atribute-to-exhibitions/>)

³⁶ (Menkes, 2011a)

σύμβολο «ξεπουλήματος στην υψηλή μόδα» για τα χρήματα και τη δημοσιότητα, αφού συνέπεσε με την πρότερη δωρεά 15 εκατομμύριων δολαρίων του σχεδιαστή στο μουσείο Guggenheim.³⁷

Αν και άνθρωποι από το περιβάλλον του οίκου επέμειναν ότι το μουσείο ήταν εκείνο που τους προσέγγισε πρώτο, ενώ τη χρηματοδότηση της έκθεσης ανέλαβε εξ'ολοκλήρου το περιοδικό μόδας *InStyle*, η χρηματική δωρεά στο μουσείο χαρακτηρίστηκε ως «κόστος ενοικίασης».³⁸

Η έκθεση αυτή έχει θεωρηθεί «ιστορικός δείκτης της σύγκλισης μουσειακών και εταιρικών συμφερόντων, που καταλήγουν να διαμορφώνουν τις μουσειακές πρακτικές» (Rectanus, 2002: 14), εγείροντας μεγάλη συζήτηση γύρω από τη θεσμική δεοντολογία. Ο κριτικός των *New York Times*, Robert Muschamp, παρότι τόνισε ότι σέβεται τη μόδα και τη δουλειά του σχεδιαστή, επισήμανε πως υπάρχει διαφορά

«μεταξύ του να εκθέτεις μόδα στο μουσείο και του να εισάγεις τις αρχές του συστήματός της στη διαδικασία λήψης των αποφάσεων του μουσείου [...] διευκολύνοντας τη δουλειά των σχεδιαστών, των επενδυτών, των εντύπων, των διάσημων πελατών και των διαφημιστών μόδας» (στο Steele, 2008: 17).

Τη γενική υποβάθμιση της επιδείνωσε και η επιμελητική προσέγγιση. Η συλλογή από 400 κοστούμια, παλτώ και φορέματα, οργανωμένα ανα στυλ και χρώμα, παρουσιάστηκε χωρίς υπόβαθρο, καθαρά για αισθητική απόλαυση, ενισχύοντας την εντύπωση «μιας λαμπερής αλλά εφήμερης βιτρίνας πολυκαταστήματος».³⁹

Είναι γεγονός ότι η αλληλένδετη σχέση με τη βιομηχανία είναι ένας παράγοντας που η μόδα δεν μπορεί να απεκδυθεί με την είσοδό της στο μουσείο. Ο σουηδός οικονομολόγος, Orvar Löfgren, χρησιμοποιεί τον όρο «οικονομία της πασαρέλας» (catwalk economy), για να περιγράψει τη «σύγχρονη εισβολή της βιομηχανίας της

³⁷ (Lee, 2000)

³⁸ (Smith, 2000)

³⁹ (Breward, 2003)

μόδας και των τεχνολογιών της πασαρέλας στον εταιρικό κόσμο» (στο Melchior and Svensson,2014: 3). Με τη σειρά της στο μουσείο, η οικονομία της πασαρέλας εισάγει το σύστημα αξιών μιας επιχείρησης «ως διέξοδο στις αυξημένες οικονομικές απαιτήσεις τη στιγμή που οι κρατικές επιχορηγήσεις φθίνουν» (Melchior and Svensson,2014: 3).



Εικόνα 9. Άποψη της έκθεσης «Giorgio Armani», Guggenheim Museum, 2000

Η πρόκληση για το μουσειακό θεσμό και τους επιμελητές, συνίσταται, βέβαια, στο να συμπεριληφθεί η μόδα στα αντικείμενα έρευνας τους, με πλήρη συνείδηση «του εμπορικού χαρακτήρα της βιομηχανίας της. Οι προσπάθειες αποφυγής ή εξάλειψης αυτής της πλευράς αποπλαισιώνουν τα αντικείμενα» (Saumarez Smith στο Anderson,2000: 375).

Με μια στενότερη εξέταση, πάντως, η πεποίθηση ότι οι εκθέσεις μόδας είναι οικονομικά επικερδείς για την επιβίωση ολόκληρου του μουσειακού θεσμού είναι σχετική.

Ως εξαίρεση μπορεί να αναφερθεί το παράδειγμα του Ινστιτούτου ενδύματος του Μητροπολιτικού Μουσείου της Νέας Υόρκης. Η σχέση του με τη βιομηχανία της μόδας, ήταν παρούσα ήδη από το ξεκίνημα του, όπως αναλύθηκε παραπάνω (βλ. κεφάλαιο 1). Το πάρτυ της χρονιάς, που διοργανώνει κάθε χρόνο το Ινστιτούτο για τη συγκέντρωση κεφαλαίων συμπίπτει με τα εγκαίνια κάθε νέας του έκθεσης (Melchior and Svensson, 2014: 4). Με τη βοήθεια της κάλυψης από τα Μέσα και ειδικότερα τον όμιλο *Condé Nast*, που εκδίδει την αμερικανική *Vogue*, έχει αναχθεί στο απόλυτο γεγονός της άνοιξης για την κοινωνική ατζέντα της Νέας Υόρκης.

Κάτω από την καθοδήγηση της αρχισυντάκτριας της *Vogue* και μέλους του διοικητικού συμβουλίου του Met από το 1995, Anna Wintour, το φιλανθρωπικό αυτό πάρτυ αποκαλείται πλέον «το πρωτάθλημα *Superbowl* της μόδας»⁴⁰, αφού συσπειρώνει όλα τα σημαντικά ονόματα από «τη μόδα τον κινηματογράφο, την κοσμική ζωή, τον επιχειρηματικό κόσμο και τη μουσική βιομηχανία» (The Metropolitan Museum of Art στο Schwartz, 2012: 13).

Η συγκέντρωση οικονομικών πόρων μέσω της εκδήλωσης αυτής είναι τόσο μεγάλη που από μόνη της έχει σταθεί ικανή να συνεισφέρει το απαραίτητο κεφάλαιο για την πρόσφατη ανακαίνιση του Ινστιτούτου, μαζί με την παραγωγή των εκθέσεων και την απόκτηση νέων αντικειμένων (Buckley and Clark, 2016: 33).

Η συνεισφορά της, ηγερίας της μόδας, Wintour στη βιωσιμότητα του Ινστιτούτου Ενδύματος είναι τόσο καθοριστική, ώστε ολόκληρο το νέο κτιριακό σύμπλεγμα, που στεγάζει τις αίθουσες εκθέσεων, το εργαστήριο συντήρησης, τη βιβλιοθήκη και τους ερευνητικούς χώρους μετονομάστηκε τιμητικά σε *Anna Wintour Costume Center*, με το τμήμα επιμέλειας, μόνο, να διατηρεί την ιστορική ονομασία *The Costume Institute*.⁴¹

⁴⁰ (Spedding, 2016)

⁴¹ (<http://www.metmuseum.org/press/news/2014/anna-wintour-costume-center>)

Για άλλα μουσεία, όμως, η πραγματικότητα είναι μάλλον αντίθετη. Η εστίαση στη μόδα δεν παράγει τόσο χρήματα όσο «ορατότητα» (Melchior and Svensson,2014: 4). Η μόδα τραβάει τα βλέμματα και όταν εκτίθεται στο μουσείο έλκει την προσοχή των μέσων ενημέρωσης.

Ιδωμένη περισσότερο σαν μία μακροπρόθεσμη επενδυτική αξία, η μόδα δεν συνεπάγεται άμεσο όφελος σε οικονομικό επίπεδο. Αντικειμενικά, αυτό που καταφέρνει να δώσει στο μουσείο είναι η ευκαιρία οικονομικής ανάπτυξης λόγω της μεγάλης ενασχόλησης των Μέσων, που συνήθως ακολουθείται από έναν αυξανόμενο αριθμό επισκεπτών, πέρα από τις συνήθεις ομάδες (Melchior and Svensson,2014: 4-5).

Τα έσοδα από τον υψηλότερο αριθμό εισιτηρίων, πάντως, δεν είναι ικανά να αντισταθμίσουν το κόστος παραγωγής των μουσειακών εκθέσεων μόδας και την διαχείριση τμημάτων μόδας ή ενδύματος στο μουσείο.

Λόγω του ιστορικά χαμηλού κύρους του ενδύματος και των μεγάλων απαιτήσεων για τη φροντίδα του, συνήθως η συλλογή ενδύματος αποτελεί την «πρώτη συλλογή που υποφέρει από τη μείωση του προϋπολογισμού» (Thompson,2010: 299).

Για παράδειγμα, το Μουσείο Μπρούκλιν στη Νέα Υόρκη, μετά τις μεγάλες περικοπές στην οικονομική του στήριξη από το δήμο το 1991 άρχισε τους περιορισμούς του από τη συλλογή ενδύματος, συγχωνεύοντας το τμήμα του και απολύοντας τους επιμελητές του (Thompson, 2010: 299). Το 2009 η συλλογή 50.000 ενδυμάτων και αξεσουάρ του Μουσείου εκποιήθηκε, με το μεγαλύτερο μέρος της να εξαγοράζεται από το Ινστιτούτο Ενδύματος του Met (Buckley and Clark,2016: 32).

Η τεράστια προβολή είναι και αυτή ένα ζήτημα προς εξέταση, αφού οι εκθέσεις μόδας ευνοούν περισσότερο τα μουσεία των μεγαλουπόλεων.

Το έκθεμα ενός ζευγαριού από μπλέ πλατφόρμες της Vivienne Westwood από τη συλλογή του έτους 1993-1994 στην παρουσίαση *Costume Court* του V&A, αποδεικνύει την ισχύ του συσχετισμού της μόδας με το μουσείο. Έχοντας υπάρξει η αιτία για να πέσει η Naomi Campbell στην πασαρέλα φορώντας τις, το μουσείο επένδυσε στην ιστορία τους. Τυπώνοντας ευρέως την εικόνα τους σε φυλλάδια,

αφίσες και μπλούζες, το 2001 «έφτασαν να αποτελούν το πιο φημισμένο οπτικό σύμβολο ολόκληρης της μουσειακής συλλογής» (Taylor,2004: 287).

Σε μουσεία που δεν βρίσκονται σε αστικά κέντρα το εκτόπισμα της μόδας εξασθενεί. Για παράδειγμα, το μουσείο *Bowes* στην αγροτική περιοχή της κομητείας του Durham στη Βόρεια Αγγλία, δημιούργησε μία νέα μόνιμη συλλογή μόδας και υφάσματος. Αν και δεν προκάλεσε αθρόα προσέλευση επισκεπτών, ανάλογη με τα μουσεία της πόλης, «προκάλεσε μεγαλύτερο ενδιαφέρον και δυνατότητες δικτύωσης με τη βιομηχανία της μόδας, τις εταιρείες και τα αρμόδια άτομα» (Melchior and Svensson,2014: 5).

Παρά τις συνήθεις αιτιάσεις για εμπορευματοποίηση και προσπάθεια δωροδοκίας από πλευράς των σχεδιαστών, εκφράζονται και διαφορετικές απόψεις από τους ανθρώπους των μουσείων. Ο επιμελητής του Palais Galliera, Olivier Saillard, εξέφρασε την ενόχλησή του που οι χορηγοί, στρέφονται πάντα στα ίδια μεγάλα ονόματα μουσείων, και οι πανίσχυρες μάρκες δεν προσπαθούν να συνεισφέρουν ουσιαστικά στη χρηματοδότηση των μουσείων, παρότι τα δημιουργικά τους τμήματα κάνουν έρευνα σε αυτά. Μάλιστα, οι όμιλοι ειδών πολυτελείας, όπως οι LVMH (*Moët Hennessy Louis Vuitton*) και PPR (*Pinault-Printemps-Redoute*) «προτιμούν να επενδύουν σε έργα της σύγχρονης τέχνης παρά στη μόδα στο μουσείο». ⁴²

Η συνέργεια μεταξύ ενός μουσείου και ενός οίκου μόδας, οφείλει να κινείται πάνω στο ίδιο δημιουργικό όραμα, θέτοντας σε δεύτερη μοίρα τις απολαβές από τις χορηγίες και τη διαφήμιση. Σε ορισμένες περιπτώσεις τίθενται αυτές οι προτεραιότητες .

Για παράδειγμα, το 1999, το Ινστιτούτο Ενδύματος του Met ακύρωσε προγραμματισμένη αναδρομική έκθεση για την Coco Chanel. Η επίσημη ανακοίνωση δικαιολόγησε την απόφαση, λόγω του θανάτου του υπεύθυνου επιμελητή του Ινστιτούτου, Richard Martin. Όμως ο πραγματικός λόγος ήταν ζήτημα αρχών.

⁴² (Menkes, 2011a)

Συγκεκριμένα, η επιβολή δημιουργικού ελέγχου, από τον καλλιτεχνικό διευθυντή του Οίκου Chanel, Karl Lagerfeld και, κατά συνέπεια, η έντονη διαφωνία του με την ομάδα του μουσείου, που προκάλεσαν ανοιχτή αντιπαράθεση στον Τύπο.

Ο Lagerfeld, σε συνέντευξή του στο περιοδικό *Women's Wear Daily*, δήλωσε ότι πρότεινε στο μουσείο, μια έκθεση που να συνδυάζει ρούχα από τις πρωτοποριακές συλλογές της Chanel, μαζί με τη δουλειά σύγχρονων καλλιτεχνών, όπως η Jenny Holzer και ο Claes Oldenburg. Μία τέτοια αντισυμβατική προσέγγιση στην έκθεση μόδας θα «συντονιζόταν με το εικονοκλαστικό πνεύμα της ίδιας της σχεδιάστριας: Δεν με ενδιαφέρει μία έκθεση που να αποτελείται μόνο από παλιά φορέματα», σχολίασε χαρακτηριστικά.⁴³

Στη διαφωνία του με το συμβούλιο του μουσείου, ο Lagerfeld, αντιπρότεινε τη συνοδευτική παρουσίαση καλλιτεχνών που δουλεύουν με βίντεο, όμως ένα εσωτερικό υπόμνημα με τίτλο «Ποιος διοικεί το μουσείο;», άρχισε να κυκλοφορεί μεταξύ των ιθυνόντων, εντείνοντας το αρνητικό κλίμα.⁴⁴

Ο διευθυντής του μουσείου, Philippe de Montebello, με ανακοίνωσή του στο συμβούλιο του μουσείου βρήκε «τραγική ειρωνεία το γεγονός ότι ο Lagerfeld [...] μπόρεσε να ακυρώσει πέντε δεκαετίες από το έργο της Coco Chanel σαν ένα μάτσο από παλιά ρούχα, που μόνο η συμπερίληψη σύγχρονων καλλιτεχνών και άλλων μέσων θα μπορούσε να αντισταθμίσει».⁴⁵

Σε δημόσια συνέντευξη του, ο διευθυντής, δήλωσε ότι τέθηκε ζήτημα «επιμελητικής ακεραιότητας. Άρχισε να διαβρώνεται και δεν θα μπορούσα να το επιτρέψω».⁴⁶ Μετά τη ρήξη, ο οίκος Chanel απέσυρε τη δωρεά 1.5 εκατομμυρίου δολαρίων που θα συνόδευε την έκθεση.⁴⁷

⁴³ (στο: Horyn, 2000)

⁴⁴ (Horyn, 2000)

⁴⁵ (στο: Horyn, 2000)

⁴⁶ (στο: Horyn, 2000)

⁴⁷ (Horyn, 2000)

Η επιθυμία των οίκων μόδας για πλήρη κυριότητα της εικόνας τους και για αποκλειστική δημιουργία περιεχομένου οδηγεί στο νέο είδος των «εκθέσεων ματαιοδοξίας» :

«Οι μάρκες προωθούν το προφίλ τους μέσα από το Instagram και άλλα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Οι οίκοι μόδας δεν περιμένουν πλέον την τιμή τού να προσκληθούν για να αποτελέσουν το θέμα μιας έκθεσης. Προσπερνούν τους μεγάλους πολιτιστικούς θεσμούς και πραγματοποιούν εκθέσεις οι ίδιοι για τον εαυτό τους. Υπάρχει μία πληθώρα εταιρειών που στήνουν αυτοαναφορικές εκθέσεις και συνεργάζονται με πολιτιστικούς οργανισμούς».

48

Ένα τέτοιο παράδειγμα έκθεσης, αποτελεί η έκθεση «Mademoiselle Privé», του οίκου Chanel στη γκαλερί Saatchi το φθινόπωρο του 2015. Χρησιμοποιώντας τους τρεις ορόφους της γκαλερί, για να παρουσιάσει «ένα ταξίδι μέσα από τις ρίζες προέλευσης των δημιουργιών της Chanel», ο οίκος δημιούργησε νέες ευκαιρίες προσβασιμότητας στο ευρύ κοινό, παρουσιάζοντας, με δωρεάν είσοδο και εκτός των απροσπέλαστων σόου της εβδομάδας μόδας, την, τότε, τρέχουσα συλλογή υψηλής ραπτικής του Karl Lagerfeld.⁴⁹

Απηχώντας την εκτίμηση του Andy Warhol ότι «όλα τα πολυκαταστήματα θα γίνουν μουσεία και όλα τα μουσεία θα γίνουν πολυκαταστήματα» (στο Potvin, 2012: 47), οι οίκοι συνεργάζονται με σημαντικούς επιμελητές και συναγωνίζονται τα μουσεία στη δημιουργία εκθέσεων μόδας με εμπορικό, ωστόσο, υπόβαθρο. Σε αυτό το πνεύμα, κατά τη διάρκεια της εβδομάδας μόδας του Λονδίνου το 2015, ο οίκος Louis Vuitton δημιούργησε τη «βιωματική» έκθεση «Louis Vuitton Series 3» στον ανερχόμενο, δημιουργικό χώρο των πολιτιστικών βιομηχανιών 180 The Strand, σε συνεργασία με τον Es Devlin, δημιουργό της τελετής λήξης των Ολυμπιακών αγώνων του Λονδίνου. Οι επισκέπτες κλήθηκαν να κατανοήσουν τη δημιουργική διαδικασία και το όραμα

⁴⁸ (Blanchard, 2015)

⁴⁹ (Blanchard, 2015)

του, τότε σχεδιαστή του οίκου Nicolas Ghesquière, μέσα από μια σειρά διαδράσεων, όπως η αίθουσα μιας προσπελάσιμης γκαρνταρόμπας, στην οποία αφαιρούσαν τα ενδύματα από τα προστατευτικά τους κουτιά από πλεξιγκλάς, έχοντας τη δυνατότητα να τα περιεργαστούν. Στην ουσία όμως, η έκθεση και οι διαδραστικές επινοήσεις της χαρακτηρίστηκαν ως «φτηνό υποκατάστατο της επίσκεψης στην πραγματική μπουτίκ του οίκου στην οδό Bond».⁵⁰

Προχωρώντας περαιτέρω σε αυτή την τάση, οι ίδιοι οι σχεδιαστές καλούνται πλέον ως επίτιμοι επιμελητές, δημιουργώντας εξολοκλήρου εκθέσεις μόδας, με βάση το αισθητικό τους κριτήριο και όχι την ακαδημαϊκή έρευνα.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η έκθεση του 2015, «Αλησμόνητα νυφικά φορέματα», στην ιδιωτική εκκλησία του Αγίου Ιωάννη του Ευαγγελιστή στο παλάτι Cadaval, στην πόλη Εβόρα της Πορτογαλίας, που θεωρείται μνημείο παγκόσμιας κληρονομιάς. Ως επιμελητής της ορίστηκε ο σχεδιαστής Hubert de Givenchy, προσκεκλημένος από την προσωπική του φίλη, Δούκισσα του Cadaval. Ο Givenchy, ως «θρύλος της ιστορίας της μόδας του 20^{ου} αιώνα», κλήθηκε να στήσει στο ιερό μία συλλογή χειροποίητων φορεμάτων, από τα άδυτα των οίκων υψηλής ραπτικής, που δεν είχαν εκτεθεί ποτέ ξανά δημόσια. Η πρωτοβουλία αυτή έγινε, βέβαια, με γνώμονα τη διεθνή προσέλκυση περισσότερων τουριστών κατά την καλοκαιρινή περίοδο, διαφημίζοντας στο κοινό την έκθεση ως μία «μοναδική εμπειρία γαμήλιας τελετής σε ένα παλάτι ευγενών του 15^{ου} αιώνα».⁵¹

⁵⁰ (Blanchard, 2015)

⁵¹ (<https://cityguidelisbon.com/2015/07/28/wedding-gowns-palacio-do-cadaval/>)



Εικόνα 10. Η έκθεση «Mademoiselle Privé», Saatchi Gallery 2015

Η μόδα αρχίζει να αποτελεί πάγια τακτική της βελτίωσης του προφίλ ενός μουσείου σε διαφορετικές περιστάσεις.

Πρόσφατα, η σχεδιάστρια μόδας Carolina Herrera αποδέχτηκε την πρόταση του Μουσείου Frick (Frick Collection) στην Πέμπτη Λεωφόρο, να παρουσιάσει εκεί τη συλλογή της για την Άνοιξη του 2016, μετά την απόσυρση της εβδομάδας μόδας της Νέας Υόρκης από το κτίριο του Lincoln Center.⁵²

⁵² (Emmrich, 2015)



Εικόνα 11. Η έκθεση «Αλησμόνητα νυφικά φορέματα», Palácio do Cadaval, 2015

Το μουσείο, που στεγάζει ζωγραφικά και γλυπτικά έργα των «παλιών δασκάλων», φιλοξένησε για πρώτη φορά στον κήπο του μία επίδειξη μόδας. Η απόφαση αυτή αποτέλεσε κίνηση εξευμενισμού της κοινής γνώμης μετά τις αντιδράσεις που προκλήθηκαν από την απόφαση του συμβουλίου των μετόχων να κατεδαφίσουν τον κήπο του για να σχεδιαστεί μία νέα πτέρυγα.⁵³

⁵³ (Emmrich, 2015)



Εικόνα 12. Η επίδειξη της συλλογής Άνοιξη 2016 της Carolina Herrera στο Μουσείο Frick

Όπως φάνηκε από τη συζήτηση ως εδώ, στο σημερινό μουσειακό περιβάλλον η λειτουργία της μόδας είναι πολυεπίπεδη. Ο συνυφασμός της αποκλειστικά με μία εμπορική στρατηγική είναι εκ των πραγμάτων κοντόφθαλμος. Άλλωστε η πρακτική των χορηγιών αποδίδεται εξίσου και σε εκθέσεις τέχνης. Για παράδειγμα, η έκθεση «Sensation: Νέοι Βρετανοί καλλιτέχνες από τη συλλογή Saatchi», στο Μουσείο του Μπρούκλιν, κατηγορήθηκε για χρηματοδότηση από τους εμπλεκόμενους εκπροσώπους των καλλιτεχνών, όπως ο Charles Saatchi, ο οίκος δημοπρασιών Christie's και αντίστοιχες γκαλερί.⁵⁴

⁵⁴ (Horyn, 2000)

Στη σφαίρα του μουσείου η μόδα,

πρέπει να κατανοηθεί ως ένα περίπλοκο «σύστημα παραγωγής, διανομής και κατανάλωσης του ενδύματος», εξετάζοντας την ιδιαίτερη λειτουργία των απτών αντικειμένων της στην καθημερινότητα των ανθρώπων (Entwistle στο Melchior and Svensson,2014: 3).

Πάντως, αν και η παρουσίαση πτυχών της δημοφιλούς κουλτούρας στις μουσειακές εκθέσεις είναι μέρος των σύγχρονων ευέλικτων πρακτικών, δεν μπορεί να παραβλεφθεί ότι

«τα όρια μεταξύ των ακαδημαϊκών εκθέσεων ενδύματος και των εκθέσεων μόδας, που δημιουργούνται καθαρά για λόγους μάρκετινγκ είναι πολλές φορές δυσδιάκριτα» (Palmer,2008: 35).

Η συντήρηση και η παραγωγή εκθέσεων μόδας, ειδικά για την περίπτωση του ιστορικού ενδύματος απαιτεί σημαντικά έξοδα. Έτσι, τα μουσεία, αναγκάζονται «να διευρύνουν τα παραδοσιακά όρια του πολιτιστικού τουρισμού για να ανταγωνιστούν τις εκθαμβωτικές, ανταγωνιστικές παρουσιάσεις των εμπορικών αγορών της μόδας» (Palmer,2008: 35).

Οι ισορροπίες που πρέπει να διατηρηθούν είναι λεπτές έτσι, ώστε το μουσείο να συνεχίσει να παρέχει εκπαιδευτικά και πνευματικά ερεθίσματα και όχι να περιορίζεται σε μία καθαρά οπτική εμπειρία (Palmer,2008: 35). Διαφορετικά ο επισκέπτης κινδυνεύει να καταστεί επουσιώδης «παρατηρητής βιτρινών και ο ρόλος του επιμελητή σε αυτόν ενός υπερεκτιμημένου στιλίστα» (ibid.).

Η άκριτη παρουσίαση εντυπωσιακών αλλά αποπλαισιωμένων ενδυμάτων, όπως στην περίπτωση της έκθεσης του Armani, δικαιολογεί τη δυσπιστία απέναντι στις εκθέσεις μόδας, αφού υποβαθμίζει τη λειτουργία τους σε ένα «ακαταμάχητο δέλεαρ για να εξακολουθείς να αγοράζεις ρούχα» (Lohrer στο Palmer,2008: 34).

Η μόδα είναι ωφέλιμη ως προς το να παρέχει τη λάμψη και την προβολή, που συνήθως τη συνοδεύουν στο κραταιό πεδίο της δημοφιλούς κουλτούρας, «στις άκαμπτες δομές και ιεραρχίες του μουσείου» (Clark,2005: 456). Η μεταμόρφωση

του μουσείου μέσω της μόδας τελεί ακόμη υπό εξέταση για το αν θα αποδειχθεί «τραγική ή μία ευπρόσδεκτη ένεση στυλ» (Thompson στο Clark, 2005: 456).

Πρέπει να υπογραμμιστεί ότι η έννοια της ευπώλητης έκθεσης μόδας, είναι ένα φαινόμενο που μόλις έχει αρχίσει να μελετάται συστηματικά.

Στο συνέδριο *Fashioning Museums*, που διοργανώθηκε το Φεβρουάριο του 2016 από το Κέντρο Κληρονομιάς και Μουσειακών Σπουδών στο Εθνικό Πανεπιστήμιο της Αυστραλίας (Centre for Heritage and Museum Studies at Australian National University), μεταξύ άλλων συζητήθηκε αυτό το εκθεσιακό είδος στην ενότητα *Blockbuster*.

Στην εισήγησή της, η Paola di Trocchio μελέτησε την έκθεση «Ο κόσμος της μόδας του Jean Paul Gaultier: Από το πεζοδρόμιο στην πασαρέλα», που παρουσιάστηκε το 2014 στην Εθνική Πινακοθήκη της Βικτώρια (National Gallery of Victoria) στη Μελβούρνη.

Ενώ η ευπώλητη έκθεση φέρει εν γένει μεγάλους αριθμούς επισκεπτών, η ανάλυση μάρκετινγκ έδειξε ότι αυτό περιλαμβάνει μία επαναλαμβανόμενη απήχηση στο ίδιο ακροατήριο και με δημογραφικά στοιχεία που οδηγούν στον οικονομικά εύπορο πληθυσμό. Στο ίδιο πνεύμα το 2008, ο θεωρητικός Peter McNeil, στο άρθρο του *We're not in the Fashion Business*, ανέφερε χαρακτηριστικά ότι στο Μητροπολιτικό Μουσείο, ένας αμερικανός πατέρας με το γιο του, προσπέρασαν την έκθεση μόδας «Αγγλομανία», με την αιτιολογία ότι «δεν ανήκουν στο χώρο της μόδας» (McNeil, 2008: 77). Είναι πιθανόν η παρουσίαση της προνομιακής πολυτέλειας τέτοιου είδους εκθέσεων να δημιουργεί ένα αίσθημα αμηχανίας και αποκλεισμού σε μερίδα του κοινού. Συνεπώς, το ζήτημα της διαιώνισης του ελιτισμού στη μόδα εξακολουθεί να εμμένει.

2.1 Η αντίληψη της μόδας ως τέχνη

Η διαμάχη για τον αν η μόδα αποτελεί τέχνη είναι ένα ερώτημα που διαιωνίζεται από τον 20^ο αιώνα μέχρι και σήμερα. Μέχρι πρόσφατα, οι ιστορικοί τέχνης αναγνώριζαν το ζήτημα της μόδας στην τέχνη, μόνο σε σχέση με τις μεμονωμένες απόπειρες σχεδιασμού ρούχων καλλιτεχνών που συνδέονταν με κινήματα αισθητικής μεταρρύθμισης, όπως «η βιεννέζικη απόσχιση, ο ιταλικός φουτουρισμός και ο ρωσικός κονστρουκτιβισμός», αγνοώντας το εμπορικό σχέδιο των σχεδιαστών μόδας (Troy,2003: 1).

Με την αυξανόμενη παρουσία της μόδας στο μουσειακό περιβάλλον η διχογνωμία συνεχίζεται, καθώς αυτή μοιάζει να κερδίζει έδαφος στην παραδοσιακή επικράτεια της τέχνης. Αν και δεν είναι δυνατόν να καλυφθεί στο σύνολό της, θα γίνει μία σχηματική παρουσίαση αυτής της άλυτης αντιπαράθεσης.

Η υποχρέωση της μόδας να παράγει αγαθά και ο συχνός περιορισμός της σε ένα καθαρά αισθητικό ρόλο δημιουργούν αμφισβητήσεις για το αν μπορεί να συνεισφέρει στον πολιτιστικό στοχασμό, όπως η τέχνη. Πλέον, όμως,

«η μόδα έχει πάψει να κάνει παιδιάστικες χειρονομίες της κατηγορίας αυτό είναι το χρώμα της σεζόν [...] Η μόδα έχει καταστεί πιο ώριμη, πιο παγκόσμια και πιο εξατομικευμένη» (Lang στο Taylor,2005: 446).

Ο λειτουργικός χαρακτήρας της μόδας, η μαζική αναπαραγωγή πολλών αντιτύπων και ο εφήμερος χαρακτήρας της είναι τα βασικά της στοιχεία που τη διακρίνουν από την τέχνη. Για τον Baudrillard, η μόδα είναι «αυθαίρετη, μεταβατική, κυκλική» (στο Taylor,2005: 450).

Αντίθετα, τα δημιουργήματα της τέχνης φέρουν την αυθεντικότητα, την κατά Benjamin, έννοια της αύρας του μοναδικού έργου, καθώς και ένα ιδιαίτερο ιστορικό ίχνος που τα ακολουθεί (Barnard,2014: 30) καθώς και την «ποιότητα της αντοχής» (Radford στο Buick,2012: 33).

Παράλληλα, όμως, υπάρχει μία σχεδόν ομόφωνη αποδοχή της υψηλής ραπτικής ως συγγενούς με την τέχνη. Τα ενδύματα της υψηλής ραπτικής, παράγονται σε μοναδικά αντίτυπα και πολλές φορές καταλήγουν από την επίδειξη κατευθείαν σε μία μουσειακή συλλογή, αποπέμποντας έτσι κάθε έννοια χρηστικότητας (Buick,2012: 33).

Σε αυτή την περίπτωση η έννοια του χειροποίητου στο ένδυμα μπορεί να χαρακτηριστεί τέχνη, ενώ το ίδιο το ρούχο κουβαλά μια ισχυρή προσωπική μαρτυρία για τον ιδιοκτήτη του (Barnard,2014: 31).

Όπως προαναφέρθηκε (βλ. κεφάλαιο 1), στη σύγχρονη εποχή, η μόδα έφερε συνδέσεις με κινήματα της τέχνης, όπως το αβαν-γκαρντ, με τους σχεδιαστές της να υπονομεύουν κριτικά τις παγιωμένες λειτουργίες και τα αισθητικά πρότυπα που αυτή ορίζει, σχολιάζοντας τις επιπτώσεις της πολυτελούς μόδας, και προτείνοντας ρούχα που εσκεμμένα αψηφούν την τέλεια δεξιοτεχνία της υψηλής ραπτικής» (Crane,2000: 155). Για παράδειγμα ,ο οίκος Martin Margiela, παρουσίασε μία νέα συλλογή, κατασκευασμένη εξολοκλήρου από κομμένα ρούχα από δεύτερο χέρι. Αυτή η κίνηση έφερε την έννοια της «προσομοίωσης της φτώχειας στο πολυτελές σχέδιο μόδας» εν είδει σχολιασμού για τη χλιδή της υψηλής ραπτικής (Crane,2000: 155-156).

Ταυτόχρονα, εμφανίστηκε και το κίνημα του μεταμοντέρνου στη μόδα, με τους σχεδιαστές της να δημιουργούν πολυσημίες, «αναδημιουργώντας στυλ και αντιπαραθέτοντας διαφορετικές περιόδους και ατμόσφαιρες», αναζητώντας τις διαχρονικές ιδιότητες της μόδας (Crane,2000: 156).

Κατά τη δεκαετία του '80, η σχεδιάστρια των Comme des Garçons, Rei Kawakubo, ήταν η πρώτη που επιχείρησε να εντάξει την κουλτούρα στη μόδα, χρησιμοποιώντας τους καλλιτέχνες Fransesco Clemente, Robert Rauschenberg και Leo Castelli, ως μοντέλα για τις επιδείξεις των ρούχων της. Θέλοντας να αναδείξει μια πιο «εγκεφαλική πτυχή της μόδας, μακριά από τον απλό ηδονισμό ή την

επίδειξη πλούτου», χρησιμοποίησε στις επιδείξεις της απλά καθημερινά άτομα με ατελή, φθαρμένα πρόσωπα (Sudjic,2009: 135).

Οι νέες αυτές προσεγγίσεις έφεραν με τη σειρά τους νέες μορφές παρουσίασης:

«Οι επιδείξεις μόδας έχουν αναχθεί σε τελετουργικές παγωμένες στιγμές, αισθητικές παραστάσεις αποκομμένες από την πραγματικότητα» (Khan,2000: 114).

Η πιο αντιπροσωπευτική περίπτωση είναι εκείνη του Alexander McQueen. Οι επιδείξεις μόδας του έγιναν γνωστές για την έντονη θεατρικότητα και τη συγκινησιακή τους απήχηση, αψηφώντας τις περιοριστικές προβολές του ελκυστικού και του ωραίου.

Τα θέματα που προσέγγιζε δεν ήταν μέρος της εύπεπτης κουλτούρας. Για παράδειγμα, η συλλογή του φθινόπωρου/χειμώνα 1995 με τίτλο Ορεινός Βιασμός βασίστηκε στη βίαιη εισβολή των Βρετανών στην περιοχή Highlands της Σκωτίας το 18^ο αιώνα, που ο McQueen παρομοίασε με γενοκτονία. Στην επόμενη επίδειξη του για την άνοιξη/καλοκαίρι του 1999, ο McQueen, επέλεξε για πρωταγωνίστρια του την, ακρωτηριασμένη στα πόδια, αμερικανή παραολυμπιονίκη και μοντέλο Aimee Mullins, ανατρέποντας τα καθιερωμένα ιδεώδη ομορφιάς (Khan,2000: 118-119).

Αυτή η αναγωγή της επίδειξης από απλό θέαμα σε περιβάλλον καίριων προβληματισμών και προβολής μηνυμάτων, δίνει στη σύλληψη της μόδας νέα διάσταση. Για τη συγγραφέα του βιβλίου *Fashion at the Edge*, Caroline Evans,

«στο ασταθές πεδίο της σύγχρονης μόδας της αβαν-γκαρντ βλέπουμε να αντανακλώνται πιο ζωηρά οι βαθύτερες ανησυχίες και οι νευρώσεις της δυτικής κοινωνίας. Η πασαρέλα και το πολυκατάστημα έχουν σε κάποιο βαθμό αντικαταστήσει το ατελιέ του καλλιτέχνη ως υπομόχλιο για την έκφραση του μοντερνισμού».⁵⁵

⁵⁵ (στο: Breward, 2003)

Στο ίδιο πνεύμα, για τον Deyan Sudjic, η μόδα στη σημερινή εποχή φέρεται να υποκαθιστά την τέχνη, αφού «όπως η όπερα το 19^ο αιώνα, έτσι μία σύγχρονη επίδειξη μόδας αποτελεί σήμερα το κατάλληλο περιβάλλον, στο οποίο ζωντανεύει η κοινωνική ζωή». Η μόδα έχει «τη δυνατότητα να πατά όλα τα κουμπιά της σύγχρονης ζωής [...] και καλώς ή κακώς έχει αναδειχθεί στην κυρίαρχη πολιτιστική δύναμη».⁵⁶

Συνεχίζοντας αυτή τη σκέψη, η μόδα δεν είναι τέχνη, όμως «δεν έχει υπάρξει ποτέ άλλοτε τόσο κοντά στο να υποβάλλει ότι μπορεί και να είναι» (Sudjic,2009: 140). Ουσιαστικά όμως αυτό που επιδιώκει είναι «μία δημιουργική μετάγγιση από τη σύγχρονη τέχνη» (ibid). Αυτό γίνεται εμφανές από τις ολοένα αυξανόμενες συνεργασίες μεταξύ σχεδιαστών και καλλιτεχνών, που συμβάλλουν στην αναγνώριση της μόδας, ως μίας δημιουργικής διεργασίας με πνευματικό υπόβαθρο.

Οι σχεδιαστές αποδεικνύουν πλέον το αισθητικό τους κριτήριο μέσα από τη συνεργασία τους με σύγχρονους καλλιτέχνες υψηλούς κύρους. Η Miuccia Prada, που έχει αναθέσει το σχεδιασμό των καταστημάτων της σε αρχιτέκτονες, του διαμετρήματος των Jacques Herzog και Pierre de Meuron, που έχουν σχεδιάσει την Πινακοθήκη Tate Modern (Sudjic,2009: 146), επέλεξε για παράδειγμα τον γνωστό φωτογράφο Andreas Gursky για να φωτογραφίσει τα παπούτσια στις μπουτίκ της, δημιουργώντας έργα τέχνης από καθαρά εμπορικά προϊόντα (Sudjic,2009: 142).

Το 2008, ο οίκος Chanel, θέλοντας να σφραγίσει τη στήριξή του στην τέχνη, δημιούργησε ένα κινούμενο περίπτερο τέχνης, σχεδιασμένο από την αρχιτέκτονα Zaha Hadid. Με το περίβλημά του να παραπέμπει στη γνωστή καπιτονέ τσάντα του οίκου, ο Lagerfeld κάλεσε τους σύγχρονους καλλιτέχνες, που παρουσιάζονταν εντός του, να δημιουργήσουν έργα με σημείο αναφοράς τους τη συμβολική τσάντα. Αυτό το ιδιαίτερο κιβώτιο τέχνης περιόδευσε στο Χόγγκ Κόνγκ, το Τόκυο και τη Νέα Υόρκη

⁵⁶ (Sudjic, 2001)

έως το 2011, που δωρήθηκε στο Ινστιτούτο του Αραβικού Κόσμου, όπου εκτίθεται σήμερα.⁵⁷

Με τη σειρά του, ο σχεδιαστής του οίκου Givenchy, Riccardo Tisci, θέλοντας να γιορτάσει τα δέκα χρόνια παραμονής του στον οίκο, τον Σεπτέμβριο του 2015, δημιούργησε μία, ανοιχτή στο κοινό, ιδιαίτερη επίδειξη αφιερωμένη στην αγάπη, σε συνεργασία με την καλλιτέχνη Marina Abramović. Καθώς η ημέρα της επίδειξης συνέπιπτε με την επέτειο της 11^{ης} Σεπτεμβρίου, η καλλιτέχνη με τον σχεδιαστή προγραμματίσαν, ειδικά για την έναρξή της, έργα περφόρμανς, εντάσσοντας στη δράση αυτό το ευαίσθητο θέμα. Για παράδειγμα, ένας άνδρας παρουσιάστηκε κρατώντας στα χέρια του δύο μικρά δέντρα, συμβολίζοντας τους Δίδυμους Πύργους και την έννοια της αναγέννησης.⁵⁸

Πρόσφατα, ο σχεδιαστής Marc Jacobs, με αφορμή την ανάδειξη της Yayo Kusama στους 100 ανθρώπους με τη μεγαλύτερη επιρροή στον κόσμο, στη λίστα του περιοδικού Time, ανέλαβε να γράψει τον τιμητικό λόγο για την καλλιτέχνη. Οι δυο τους συνεργάστηκαν με μεγάλη επιτυχία το 2012 σε μία μίνι συλλογή για τον οίκο Louis Vuitton, με τις χαρακτηριστικές βούλες της Kusama να κοσμούν τα ρούχα και τα αξεσουάρ ολόκληρης της συλλογής και ειδικά σχεδιασμένες εγκαταστάσεις της να μορφοποιούν τις βιτρίνες του οίκου ανά τον κόσμο.⁵⁹

Η συνήθης ρητορική, προερχόμενη από τους ίδιους τους σχεδιαστές και τους επιμελητές, βέβαια, είναι ότι η μόδα δεν αποτελεί τέχνη.

Παραδόξως, για την ίδια την επιμελήτρια των πρώτων εκθέσεων μόδας, Diana Vreeland, η «τέχνη είναι αξιοσημείωτη, ενώ η μόδα δεν είναι. Η τέχνη είναι κάτι το πνευματικό ενώ η μόδα όχι. Η τέχνη έχει μία άυλη ζωτικότητα ενώ η μόδα δεν έχει» (στο Barnard, 2014: 28).

⁵⁷ (http://www.chanel-mobileart.com/?lang=en_eu)

⁵⁸ (Lau, 2015)

⁵⁹ (Stansfield, 2016)

Από την άλλη, ο συνεργάτης του Yves Saint Laurent, Pierre Bergé δήλωσε πως «η μόδα δεν είναι τέχνη, όμως ορισμένοι σχεδιαστές μόδας, όπως οι Yves Saint Laurent, Christian Dior, Balenciaga και Chanel ήταν καλλιτέχνες» (στο Barnard,2014: 27).

Πλέον, εμφανίζονται ορισμένες μετριοπαθείς απόψεις που εντοπίζουν ότι η μόδα με την τέχνη «επικαλύπτονται και βρίσκονται στην αναζήτηση μίας κοινής σειράς οπτικών ανακαλύψεων» (Susan Ferleger Brades στο Barnard,2014: 28).

Για την επιμελήτρια του V&A, Claire Wilcox,

«είναι εντελώς σαφές ότι η μόδα λειτουργεί σε μία διαφορετική αρένα από εκείνη της τέχνης και δεν έχει τις ίδιες ρητές προθέσεις. Όμως, η δουλειά των αβαν-γκαρντ σχεδιαστών «έχει τις δυνατότητες να διασχίσει το πεδίο της λειτουργικής δεξιοτεχνίας εξερευνώντας ποικίλα θέματα» (στο Taylor,2004: 285).

Σημαντική στην ενίσχυση της καλλιτεχνικής υπόστασης της μόδας υπήρξε η πρώτη Μπιενάλε μόδας με τίτλο *Il Tempo e la Moda* (ο χρόνος και η μόδα), το 1996 στη Φλωρεντία, χάρη στη σύμπραξη των Germano Celant, Luigi Settembrini και Ingrid Sischy, παρουσιάζοντας μεγάλες εγκαταστάσεις μόδας κατά μήκος της πόλης (Clark and De la Haye,2014: 126).

Η ιδεολογική της τοποθέτηση βασίστηκε στην προσπάθεια απεμπλοκής από εναπομείναντα στερεότυπα. Επικρίνοντας ανοιχτά την άτεγκτη «μουσειοποίηση» που εξακολουθούσε να υποτιμά τη μόδα ως μη σοβαρή δραστηριότητα και καταγγέλοντας την «εσωστρέφεια και το απαρτχάιντ του μουσείου ως θεσμού», η Μπιενάλε επιχείρησε να ορίσει νέες διόδους έκφρασης για τη μόδα (Clark and De la Haye,2014: 126).

Για το τμήμα της έκθεσης με τίτλο «Επισκέπτες», που συνεπιμελήθηκαν η σημερινή διευθύντρια της ιταλικής *Vogue*, Franca Sozzani και η αρχιτέκτονας Gae Aulenti, οι διοργανωτές έδωσαν το ερέθισμα στους 20 συμμετέχοντες σχεδιαστές, να «παραγάγουν ιδέες που να αποτελούν κάτι παραπάνω από ρούχα» (Clark and De la Haye, 2014: 126).

Στο τμήμα αυτό, οι σχεδιαστές κλήθηκαν ακόμη να έρθουν σε διάλογο με κάποιο διαφορετικό μουσείο. Οι Dolce & Gabbana, μεταξύ άλλων, απόφασισαν να ενσωματώσουν την εμπνευσμένη από τη Σικελία συλλογή τους στο εθνογραφικό μουσείο, δημιουργώντας μία άμεση σύνδεση του καινούριου τους στυλ με την παράδοση (Clark and De la Haye, 2014: 126). Η Μπιενάλε της μόδας αποτέλεσε μία από τις πρώτες ουσιαστικές προσπάθειες για να απενοχοποιηθεί η μουσειακή της προβολή.



Εικόνα 13. Η εγκατάσταση του Gianfranco Ferré στη Μπιενάλε Μόδας, Φλωρεντία, 1996

Σήμερα, οι περισσότεροι επιμελητές μουσείων πρεσβεύουν την ανάδειξη της μόδας ως έκφανση της τέχνης. Για τον διευθυντή του Μουσείου Καλών Τεχνών του Σαν Φρανσίσκο, John E. Buchanan Jr,

«Οι σχεδιαστές είναι καλλιτέχνες. Οργανώνοντας μία μονοθεματική έκθεση, αναζητούμε τον παράγοντα ιδιοφυΐα. Θέλουμε τον σχεδιαστή που είναι πρωτοπόρος- που παρήγαγε ένα μοναδικό όραμα, μία σιλουέτα, μία τεχνική ή ένα στυλ διαφορετικό από αυτό του παρελθόντος [..]». ⁶⁰

Οι εκθέσεις που δημιουργούν παράλληλους διαλόγους με την τέχνη αποτελούν σταθερό μοτίβο στην επιμελητική πρακτική.

Χαρακτηριστικά παραδείγματα είναι αυτά των δύο σχεδιαστών Madame Grès και Azzedine Alaïa, που μακριά από την ευκολία του έτοιμου ένδυματος, αφιερώθηκαν στον «αγώνα μεταξύ του υφάσματος και του σώματος» ⁶¹ Με αυτή τη λογική, η δουλειά τους έχει παρομοιαστεί με εκείνη του γλύπτη και έχει παρουσιαστεί με έναν τόνο διαχρονικής κλασικότητας.

Η έκθεση για την Grès με τίτλο, «Madame Grès: Η ραπτική σε εξέλιξη», που δημιουργήθηκε το 2011 από τον επιμελητή Olivier Saillard στο Μουσείο Bourdelle, στο Παρίσι, ανέδειξε τις αέρινες πτυχώσεις των φορεμάτων της πλάι στα γλυπτά του Γάλλου Antoine Bourdelle, στου οποίου τη δουλειά είναι αφιερωμένο το μουσείο. Απηχώντας τη δήλωση της σχεδιάστριας, πώς ήθελε να έχει γίνει γλύπτρια και πως το να δουλεύει στην πέτρα ή στο ύφασμα για εκείνη ήταν ταυτόσημο πράγμα, το στήσιμο της έκθεσης ανέδειξε τις εκλεκτικές συγγένειες δύο καλλιτεχνών από διαφορετικά στρατόπεδα. ⁶²

Η έκθεση για τον σχεδιαστή Azzedine Alaïa με τίτλο «Ραπτική/Γλυπτική», που παρουσιάστηκε το 2015 στην Πινακοθήκη των Μποργκέζε (Galleria Borghese) στη Ρώμη, αντέταξε 65 δημιουργίες από τα 34 χρόνια της δημιουργικής του πορείας στο Παρίσι με έργα μεγάλων καλλιτεχνών της ζωγραφικής και της γλυπτικής, όπως οι

⁶⁰ (Menkes, 2011a)

⁶¹ (Menkes, 2011b)

⁶² (Menkes, 2011b)

Bernini, Canova, Raphael, Rubens, Caravaggio, Titian και Veronese.⁶³ Έχοντας λειτουργήσει εκτός του συστήματος των ετήσιων συλλογών της μόδας και παρουσιάζοντας δείγματα της δουλειάς του «μόνο όταν η έμπνευση κάνει την εμφάνισή της», ο σχεδιαστής φάνηκε να παίρνει τα εύσημα για το καλλιτεχνικό του όραμα με αυτή την έκθεση.⁶⁴



Εικόνα 14. Στιγμιότυπο από την έκθεση «Madame Grès: Η ραπτική σε εξέλιξη», Musée Bourdelle, 2011

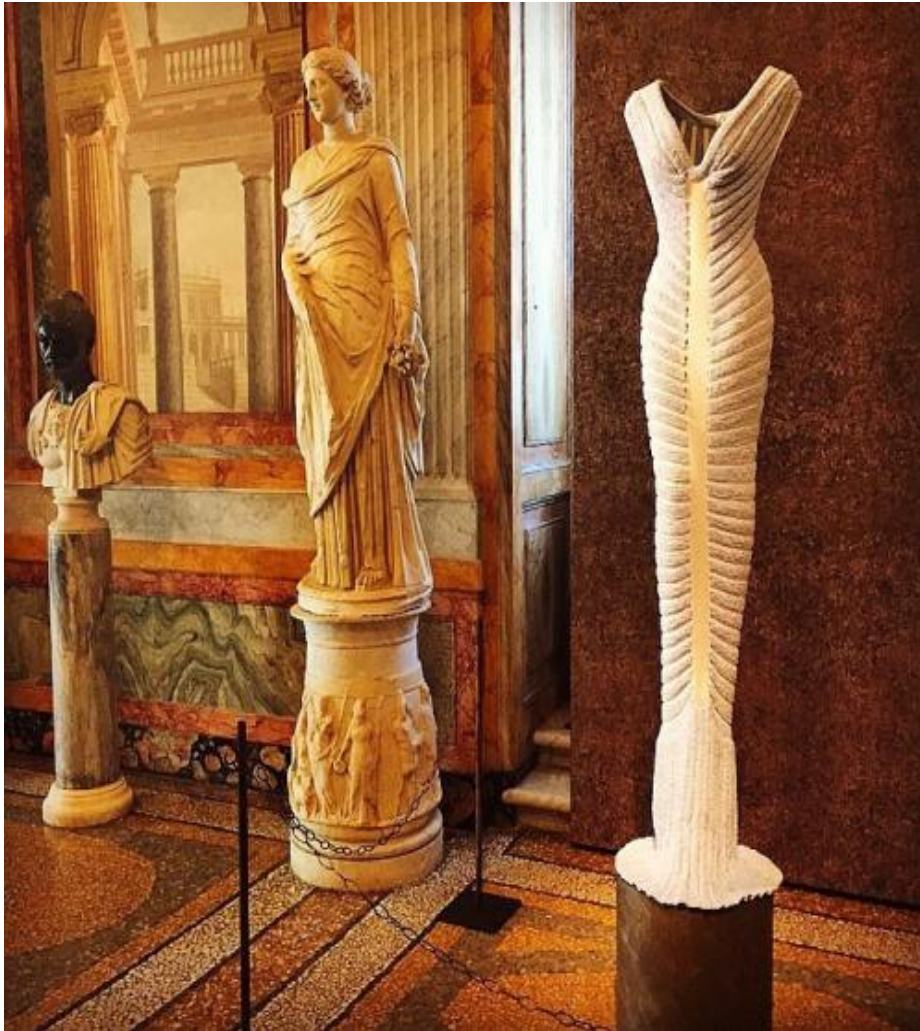
Η προσέγγιση του επιμελητή της έκθεσης, Mark Wilson, στηρίχθηκε στην χρωματική αρμονία των ενδυμάτων με τα σταθερά εκθέματα, αναδεικνύοντας την κλασικότητα του σχεδίου του Alaiïa πλάι στους μεγάλους δασκάλους.⁶⁵

⁶³ (Voight, 2015)

⁶⁴ (Voight, 2015)

⁶⁵ (Menkes, 2015)

Αναδημιουργημένα σε επιβλητικές διαστάσεις, τα ενδύματά του, όπως τα λευκά φορέματα στο αιγυπτιακό δωμάτιο, με τις λωρίδες τους όμοιες με αυτές των επιδέσμων, να φέρουν λανθάνουσες εντυπώσεις από μούμιες, προκάλεσαν οπτικές αντηχήσεις.



Εικόνα 15. Άποψη της έκθεσης «Ραπτική/Γλυπτική», Galleria Borghese, 2015

Με την ίδια λογική, το μουσείο Pushkin στη Μόσχα το 2011, δημιούργησε την έκθεση «Έμπνευση Dior», εντοπίζοντας τις καλλιτεχνικές αναφορές του σχεδιαστή και διευθετώντας τις δημιουργίες του σε άμεση σύνδεση με έργα μεγάλων καλλιτεχνών, όπως ο Goya και ο Picasso. Ο πρόεδρος του οίκου χαιρέτησε το γεγονός ότι «οι 150.000 άνθρωποι που πάνε στο μουσείο κατανοούν ότι ο Dior ήταν

καλλιτέχνης και ότι υπάρχει παράλληλος τρόπος θεώρησης των φορεμάτων και των καλών τεχνών». ⁶⁶



Εικόνα 16. Στιγμιότυπο από την έκθεση «Έμπνευση Dior», Pushkin Museum, 2011

Η εστίαση στο αβαν-γκαρντ, στο εκκεντρικό σχέδιο και στην υψηλή ραπτική στις εκθέσεις μόδας στο μουσείο γίνεται για στρατηγικούς λόγους. Αυτοί στοχεύουν, μεταξύ άλλων

«στην επιθυμία να επανατοποθετηθεί η μόδα ως τέχνη, να δοθεί έμφαση στην αισθητική της αξία, να διεκδικηθεί το αξίωμα της πολιτιστικής της σημασίας [...]» (Buckley and Clark, 2016: 28).

⁶⁶ (Menkes, 2011a)

Από πλευράς των σχεδιαστών, το μουσείο και η γκαλερί αποτελούν την «ιδανική πλατφόρμα για την παρουσίαση των καλλιτεχνικών ιδεών τους» (Teunissen,2011: 41). Αυτό συμβαίνει γιατί δίνεται «ένας κεντρικός χώρος έκθεσης στο από αντικείμενο- ένα φορέσιμο ρούχο ή μία εγκατάσταση αποτελώντας μέρος της ευρύτερης, εννοιολογικής αφήγησης του σχεδιαστή» (Teunissen,2011: 43).

Για το σχεδιαστικό δίδυμο Viktor & Rolf, των οποίων οι εγκαταστάσεις μόδας παρουσιάζονται συστηματικά σε μουσεία και γκαλερί από το 1993, με βασική τους προσέγγιση τη «μετατροπή του φαινομένου της μόδας στο ίδιο το θέμα απασχόλησης της» (Viktor and Rolf στο Teunissen,2011: 41), η τέχνη και η μόδα μοιράζονται την «κοινή παρόρμηση τού να αναμορφώσουν τις αισθητικές μας αντιλήψεις», αξιώνοντας έτσι την ένταξη της μόδας σε διαχρονικούς τόπους γνώσης, όπως είναι τα μουσεία (Bolton,2007: 270).

Με αντίστοιχο τρόπο δράσης, ο τουρκοκύπριος σχεδιαστής Hussein Chalayan, ενσωματώνοντας στη μόδα του τους κόσμους της αρχιτεκτονικής, της τεχνολογίας και της περφόρμανς, εξετάζει κοινωνικά θέματα, όπως «η αποξένωση, η μετανάστευση και η επίδραση της παγκοσμιοποίησης στην καθημερινή ζωή» (Pecorari,2014: 39).

Καθώς το ένδυμα στη δουλειά του λειτουργεί πέρα από ένα εμπορευματοποιημένο προϊόν ως «ένα στρώμα ανάμεσα σε εκείνον που το φορά και το περιβάλλον» (Taylor,2005: 448), το μουσείο, ως χώρος επίσκεψης, αποτελεί το ιδανικό μέσο για να κατανοηθούν τα μηνύματα πίσω από τις δημιουργίες του.

Όπως προκύπτει, η διαλεκτική σχέση ανάμεσα στην τέχνη και στη μόδα είναι συνεχής, ενεργοποιώντας δημιουργικές αλληλεπιδράσεις :

«οι καλλιτέχνες στρέφονται στη μόδα, όπως οι σχεδιαστές στρέφονται στις καλές τέχνες, προκειμένου να εξερευνήσουν τη δυναμική και συχνά αντικρουόμενη σχέση μεταξύ ορατού και απτικού, υψηλής και εφαρμοσμένης τέχνης, της έννοιας της αγνής φόρμας και της έννοιας του χρηστικού σχεδίου» (Peter Wollen στο Taylor,2004: 285).

Οι νέοι δημιουργικοί, εννοιολογικοί πειραματισμοί των σχεδιαστών, συγκλίνουν σε αυτή την άποψη.

Η μόδα ως κοινωνικοπολιτιστικό φαινόμενο «ταλαντεύεται ανάμεσα σε διαφορετικές σφαίρες». Παράλληλα, η ανάδυση νέων καλλιτεχνικών κινημάτων στην τέχνη που κινούνται σε ένα ευρύ αισθητικό πεδίο, χαλαρώνουν τα όρια μεταξύ τέχνης και άλλων ειδών και διευκολύνουν την ανάπτυξη νέων δραστηριοτήτων» (Fukai,2010: 288).

Αν και δεν μπορούμε να καταλήξουμε σε ένα απόλυτο συμπέρασμα, θα μπορούσαμε να αναπαράγουμε την άποψη ότι «η μόδα, όπως η τέχνη και το design είναι μία μορφή αληθείας» (Sudjic,2009: 149).

Ειδικότερα σε σχέση με το μουσειακό περιβάλλον, μέσω των νέων επιδείξεων που στοχεύουν στην αυτοκριτική, στον προβληματισμό, στην ευαισθητοποίηση, και στην αντανάκλαση βαθύτερων ιδεών εν γένει, η μόδα μπορεί να αξιώνει την παρουσίαση της σε αυτό ισότιμα.

3. Επιμελητικές προσεγγίσεις

3.1 Η δεύτερη φύση του ενδύματος ως εκθεσιακού αντικειμένου

Καθώς τα ενδύματα αποδεσμεύονται από τους ιδιοκτήτες τους και μεταφέρονται στο πλαίσιο μίας μουσειακής συλλογής, υπόκεινται σε μία «ιερή μετατροπή» (Belk στο Clark and De la Haye, 2014: 83) , αφού λαμβάνουν νέα σημειωτικά χαρακτηριστικά και μία δεύτερη ζωή ως «σεβαστά, αξιόλογα και πολύτιμα σύμβολα» κύρους αντάξια για έκθεση (Taylor, 2002: 18).

Είναι χαρακτηριστική η περίπτωση της έκθεσης για το σχεδιαστή Versace στο V&A το 2002, στην οποία τα ενδύματα παρουσιάστηκαν «σαν ιερά γλυπτά φωτισμένα σε έναν αχανή καθεδρικό ναό» (Taylor, 2004: 291). Μάλιστα, αυτή η αίσθηση «μυσταγωγικής ατμόσφαιρας αγγίγματος αγίων λειψάνων» σε μία απλή έκθεση διασημότητας, ενισχύθηκε με τη δυνατότητα των επισκεπτών να αγγίζουν τις δημιουργίες του σχεδιαστή στο τελευταίο τμήμα της έκθεσης (Taylor, 2004: 291).

Οι αναπαραστατικές νοηματοδοτήσεις των ενδυμάτων καθορίζονται σε μεγάλο βαθμό από το ερμηνευτικό πρίσμα που επιλέγει ο εκάστοτε επιμελητής. Η έμφαση που δίνεται σε κάθε περίπτωση μπορεί να είναι διαφορετική. Ένα μουσείο τέχνης, όπως το Μητροπολιτικό Μουσείο της Νέας Υόρκης φέρ'ειπείν , «διαχωρίζει το υποκείμενο από το βασικό οικονομικό του πλαίσιο προτιμώντας να αναδείξει καθολικές αισθητικές εκτιμήσεις» (Breward στο Petron, 2012: 224).

Έχοντας τις ρίζες της στην εθνογραφία, η ορθή μελέτη του ενδύματος στο μουσείο, , συνδυάζει μία διεπιστημονική προσέγγιση, που περιλαμβάνει τόσο την ακαδημαϊκή όσο και την αντικειμενοκεντρική έρευνα. Πέρα από την, εκ του μακρόθεν, ανάπτυξη ακαδημαϊκών θεωριών, η τελευταία προϋποθέτει επιτόπια έρευνα και αρχειακή καταγραφή του ενδύματος, έτσι ώστε να καταγραφεί η ιστορία για το πότε και κάτω από ποιες συνθήκες φορέθηκε καθώς και τη συγκέντρωση συνοδευτικών

φωτογραφιών που διευκολύνουν την ανασύσταση του πολιτιστικού και ιστορικού του πλαισίου (Petron,2014: 82). Έτσι, το ένδυμα γίνεται αντιληπτό ως ένα «ορατό δείγμα της περιπλοκότητας της κοινωνικής ζωής» (Taylor,1998: 355).

Περαιτέρω, η προσέγγιση του υλικού πολιτισμού για τη μελέτη των ενδυμάτων βασίζεται στη συνειδητοποίηση ότι αυτά δημιουργούν «μοτίβα αξιών και όχι απλώς μοτίβα στυλ» (Miller στο Taylor,2013: 29). Το ένδυμα ως τεχνούργημα αποτελεί «δείκτη διαμόρφωσης της κουλτούρας από την οποία προέρχεται» (Clark and De la Haye,2014: 77). Η εξέταση των ενδυμάτων από αυτή τη σκοπιά είναι σημαντική καθώς αυτά φέρουν «κωδικοποιημένες πολιτισμικές αναγνώσεις» για τον κοινωνικό χαρακτήρα της κατανάλωσης (Taylor,2002: 50).

Για παράδειγμα, η μελέτη των φορεμάτων υψηλής ραπτικής της περιόδου 1945-1963 από την επιμελήτρια ενδύματος Alexandra Palmer, απέδειξε ότι οι γυναίκες που τα φορούσαν τα αντιμετώπιζαν όχι απλώς ως όμορφες δημιουργίες αλλά ως «προαπαιτούμενη κοινωνική στολή», που τους επέτρεπε να εναρμονίζονται άψογα μέσα στον κοινωνικό τους κύκλο (Taylor,2002: 54).

Η στενή εξέταση των υλικών ιδιοτήτων των αντικειμένων ένδυσης στο μουσείο δεν αφορά απλώς το σχεδιασμό και τη δεξιοτεχνία κατασκευής τους. Για τον ανθρωπολόγο Daniel Miller, ο κύκλος ζωής ενός ενδύματος,

«μεταφέρει τις εμπειρίες των ανθρώπων μέσα από τις οποίες η κοσμολογία, η αντίληψη του ανθρώπου για τη φύση του σύμπαντος και την κατανόηση της θέσης του ίδιου μέσα σε αυτό, συχνά απεικονίζεται σε αυτή τη δημιουργία, την ένδυση, την επίδειξη και την καταστροφή των ινών» (στο Taylor,2013: 39).

Συνεπώς, τα ενδύματα φέρουν στη σύστασή τους, ένα ανθρώπινο ίχνος που απηχεί μια προσωπική ιστορία.

Με την εισαγωγή τους στο μουσειακό περιβάλλον, βέβαια, ενυπάρχει πάντα ο κίνδυνος της μετατροπής τους από οικεία σε απρόσωπα αντικείμενα παρότι ο βασικός λόγος έκθεσής τους είναι να διασωθούν από το «ανώνυμο συνονθύλευμα του υλικού πολιτισμού», στηρίζοντας μία αφήγηση (Clark and De la Haye,2014: 83).

Η ιδιαίτερη φόρτιση που αυτά φέρουν, πάντως, καλούν τον επισκέπτη σε μία προσωπική εμπλοκή μαζί τους.

Η εκθεσιακή δύναμη των ενδυμάτων συνίσταται στη σημασία που φέρουν όλα τα προσωπικά αντικείμενα που λειτουργούν ως ενθύμια. Για τον Baudrillard,

«ενώ το αντικείμενο είναι ένα ανθεκτικό υλικό σώμα, είναι επίσης ταυτόχρονα, ένα διανοητικό πεδίο, ο κάτοχος του οποίου το εξουσιάζει, ένα πράγμα του οποίου η έννοια καθορίζεται μονάχα από τον ίδιο του τον εαυτό. Είναι κτήμα του, ένα αντικείμενο πάθους» (στο Clark and De la Haye, 2014: 82).

Τα φορεμένα στο παρελθόν, ενδύματα είναι φορείς μνήμης και περισσότερο από κάθε άλλο αντικείμενο, αποτελούν «απτές αποδείξεις για περασμένες ζωές», αφού κουβαλούν τα προσωπικά αποτυπώματα της αλληλεπίδρασης με το σώμα του προκατόχου τους (Clark and De la Haye, 2014: 83).

Η οπτική σύνδεση με αυτά έχει τη δύναμη να ανακαλέσει την ιδιαίτερη περίπτωση με την οποία είναι συνδεδεμένα, αποτελώντας έτσι «συγκινησιακές βιογραφίες», προσωπικά αποθετήρια συναισθήματος και έκφρασης (De la Haye, 2010: 286). Για παράδειγμα, ένα νυφικό φόρεμα, αποτελεί «φυσική ενσάρκωση της μνήμης», αποτελώντας το οπτικό σύμβολο μίας ξεχωριστής μέρας (Mida and Kim, 2015: 178).

Μέσα από τη στυλιστική ανάλυση των ενδυμάτων είναι δυνατή

«μία άμεση αισθητηριακή εμπειρία με σωζόμενα ιστορικά γεγονότα που μας επιτρέπει να μπούμε στη θέση των ατόμων που παρήγγειλαν, χρησιμοποίησαν και απόλαυσαν αυτά τα αντικείμενα» (Prown στο Mida and Kim, 2015: 62).

Για παράδειγμα, δημιουργώντας την έκθεση «Μία οικογένεια μόδας: Οι Messels, έξι γενιές ενδύματος», οι επιμελήτριες, Amy De la Haye, Lou Taylor και Eleanor Thompson, διερεύνησαν μία συλλογή εκατοντάδων ρούχων και αξεσουάρ, διαπιστώνοντας ότι :

«αποτελούν κάτι παραπάνω από κομψά αντικείμενα μόδας. Εξακολουθούν να υπάρχουν ως υλικά θραύσματα μέσω των οποίων είναι δυνατόν να ιχνηλατηθούν οι βιογραφίες γυναικών έξι γενεών μίας εξέχουσας οικογένειας» (στο Taylor,2013: 30).

Σε αυτή την κατεύθυνση οι επιμελητές ενδύματος δέχονται πλέον ευρέως την έκθεση χρησιμοποιημένων και τροποποιημένων ενδυμάτων, αφού αυτά παρέχουν μία ευδιάκριτη κοινωνική και πολιτιστική εικόνα κάποιας περιόδου, λειτουργώντας ως ισχυρό κοινωνικό σχόλιο.

Η έκθεση «Φορούσαμε ό,τι είχαμε», του Μουσείου του Warwickshire, για παράδειγμα, μέσα από την παρουσίαση μεταποιημένων ενδυμάτων των Βρετανίδων κατά το Β΄ Παγκόσμιο πόλεμο, όπως ενός παλτό φτιαγμένου από κουβέρτα, εικονογράφησε κατάλληλα τις προσωπικές τους ιστορίες (Taylor,2002: 17-18).

Με την αφήγηση μίας προσωπικής ή τοπικής ιστορίας, τα ενδύματα δίνουν μία νέα διάσταση στην ιστορική έρευνα (Taylor,2002: 51). Η εξέταση τους μπορεί ακόμη να διαψεύσει παγιωμένες αντιλήψεις, εισάγοντας νέα δεδομένα. Για παράδειγμα, η πρόσφατη μελέτη της Valerie Steele για τον κορσέ της βικτωριανής εποχής οδήγησε στην ανακάλυψη της ύπαρξης οικονομικών εκδοχών του για τις γυναίκες των κατώτερων κοινωνικών στρωμάτων. Έτσι ανατράπηκε το επιχείρημα του οικονομολόγου του 20^{ου} αιώνα, Thorstein Veblen, ότι ο κορσές αποτελούσε σύμβολο των εύπορων, άεργων γυναικών, λόγω των περιορισμένων κινήσεων που επέτρεπε (Kim and Mida,2015: 114).

Ένα αντιφατικό ζήτημα σε σχέση με την έκθεση της μόδας στα μουσεία, που πρέπει να αναφερθεί εδώ, είναι το ζήτημα της χρονικότητας εκ φύσεως. Η μόδα χαρακτηρίζεται από μία «οξεία αίσθηση του χρόνου», που τη συνδέει με το παρόν (Martin στο Petron,2012: 227). Με την είσοδο της στο μουσείο, όμως, η μόδα περιορίζεται σε μία ιστορική τοποθέτηση, καθώς το ένδυμα γίνεται πλέον ένα «κοστούμι, μία συνεκδοχή», που αντιπροσωπεύει έναν ορισμένο τόπο και χρόνο (Bal στο Petron,2012: 229).

Όσο βέβαια και να προσαρμόζεται στο νέο μουσειακό πλαίσιο, το υπόβαθρο της μόδας δεν είναι δυνατόν να υποσκελιστεί. Καθώς η μόδα συνδέεται,

«με τις δυνάμεις της αγοράς, την ελκυστικότητα, την απήχηση και τη φθορά, ως αναπόσπαστο μέρος της καθημερινότητας, οι μουσειακές αφηγήσεις δεν μπορούν να παραγράψουν την εξοικείωση των ανθρώπων μαζί της. Το νόημα της μπορεί να διαμεσολαβηθεί, όμως δεν μπορεί να αλλάξει ριζικά» (Petron,2012: 231).

Η ιδιαίτερη λειτουργία της συνίσταται στο ότι δρά ως ένα παλίμψηστο «διαποτισμένη με την ιστορία του παρελθόντος και γεμάτη δυνατότητες για το μέλλον» (Wilcox,2001: 1).

Για αυτό το λόγο, οι σύγχρονες ιστορίες που προσφέρονται στο μουσείο λειτουργούν περισσότερο με μία «χρονική κατάτμηση και διακύμανση», δημιουργώντας συσχετισμούς έξω από ένα τυπικό χρονικό πλαίσιο (Crawley and Barbieri,2013: 52). Η μελέτη του ιστορικού ενδύματος έχει πλέον, διευρυνθεί από τη διάδραση του με τη μόδα, η οποία «παραβλέπει τη λογική πρόοδο του γραμμικού χρόνου, εντοπίζοντας τα διαχρονικά στοιχεία του παρελθόντος στο διάλογο με το παρόν» (ibid.).

Η έντονη επίδραση της μόδας στο συλλογικό θυμικό έχει δημιουργήσει, λοιπόν, ένα ισχυρό σημείο αναφοράς που διαποτίζει τόσο τη μουσειακή της υπόσταση όσο και τις προσωπικές ερμηνείες των επισκεπτών :

«επειδή η μόδα είναι μία τόσο οικεία παρουσία στις ζωές των ανθρώπων, στις γκαρνταρόμπες και στις αγοραστικές τους εμπειρίες, οι προσωπικές συνδέσεις, εισβάλλουν ακόμη και στις πιο εγκεφαλικές αναπαραστάσεις κοστουμιών στο μουσείο [...] “Όταν οι άνθρωποι εμπλέκονται με τα ενδύματα στο μουσείο τα αντιμετωπίζουν ως μόδα και όχι ως ιστορικά κοστούμια» (Petron,2012: 230-231).

Ενδεχομένως αυτή η θεώρηση να αποτελεί και την πιο επαρκή επεξήγηση για την μεγάλη απήχηση των μουσειακών εκθέσεων μόδας.

3.2 Η έμφυλη διάκριση του επιμελητή ενδύματος

Πέρα από την κριτική για την άκριτη ψυχαγωγία, τον εμπορευματοποιημένο χαρακτήρα και τη γενικότερη χαμηλή ακαδημαϊκή τους υπόσταση, οι συλλογές ενδύματος και μόδας έχουν αντιμετωπίσει έντονα τον «πολιτιστικό ντετερμινισμό και τα έμφυλα στερεότυπα» (Taylor,2004: 67). Η ίδια η συλλεκτική πρακτική μάλιστα έχει εξαρχής αναχθεί σε μια κατεξοχήν αρσενική ασχολία ενώ η γυναικεία αντιστοιχία της έχει περιοριστεί στο πεδίο της κατανάλωσης (Potvin στο Buick,2012: 36).

Όπως φάνηκε από τη χρονική αναδρομή στις εκθέσεις μόδας (βλ. κεφάλαιο 1), η συλλογή του ευρω-αμερικανικού σύγχρονου ενδύματος στα μουσεία έφερε μια «ταυτότητα θηλυκού γένους» (Taylor,2004: 67). Η προσπάθεια θεσμικής καθιέρωσης τέτοιων συλλογών, επιβραδύνθηκε από την προκατάληψη και την αντιμετώπιση τους ως ενός δευτερεύουσας σημασίας επιπόλαιου θέματος που εμπίπτει στη σφαίρα των ενδιαφερόντων του γυναικείου φύλου.

Όπως είδαμε, η δυσχέρεια αυτή συνδέθηκε με το γεγονός ότι οι θέσεις του διοικητικού προσωπικού και των επιμελητών, πριν από τη μεταπολεμική περίοδο ήταν ανδρικό προνόμιο, με τις γυναίκες να απασχολούνται σε ανώτερες επιμελητικές θέσεις μόλις το 1939, ως «λύση ανάγκης», λόγω των ειδικών συνθηκών του Β' Παγκοσμίου πολέμου (Taylor,2004: 107).

Η μετατόπιση των μουσειακών πρακτικών, η προσπάθεια καθιέρωσης συλλογών σύγχρονου ενδύματος αλλά και του εξειδικευμένου ρόλου των επιμελητών του, αποδίδεται καθαρά στην πρωτοβουλία των γυναικών στα μουσεία. Καθώς, μεταπολεμικά, η «εκθήλυνση» των επιμελητών στον τομέα του ενδύματος εδραιωνόταν, άρχισαν να τίθενται νέες προδιαγραφές στην έρευνα και στη μελέτη του (Taylor,2004: 121).

Για παράδειγμα, η επιμελήτρια της Γκαλερί Βρετανικού Ενδύματος στο Platt Hall του Μάντσεστερ, Anne Buck εισήγαγε στη Μεγάλη Βρετανία τις σκανδιναβικές μεθόδους συντήρησης, αποθήκευσης και έκθεσης των ενδυμάτων,

περιλαμβάνοντας τη δημιουργία ειδικών προθηκών που απέκλειαν την αλλοίωση τους από την έκθεση στο φως (Taylor,2004: 136).Ουσιαστικά, η λειτουργία του ενδύματος ως «κεντρικής πολιτιστικής δύναμης» κατανοήθηκε και έγινε αποδεκτή πρώτα από εκείνες (Taylor,2004: 105).

Σύμφωνα με τη φεμινίστρια μουσειολόγο Gaby Porter, είναι γεγονός ότι οι γυναίκες και η θηλυκότητα συχνά «κωδικοποιούνται στις μουσειακές εκθέσεις μέσω του υλικού πολιτισμού που σχετίζεται με την οικιακή εργασία και τις τέχνες της κλωστοϋφαντουργίας» (Petron,2014: 87).

Στο ίδιο πνεύμα, για την επιμελήτρια Alexandra Palmer, η μόδα στο μουσείο γίνεται αντιληπτή ως ενασχόληση με γυναικεία ζητήματα, πέρα των παραδοσιακών οικιακών καθηκόντων, ενώ το ενδιαφέρον για τη μελέτη της στιγματίζεται ως θηλυπρεπές αναπαράγοντας με αυτό τον τρόπο ένα κλίμα ανισότητας ως προς την ακαδημαϊκή του αξία:

«το γεγονός ότι η τέχνη της εγκατάστασης κοστουμιών και υφασμάτων εκτελείται κατά κύριο λόγο από γυναίκες επιμελήτριες και διακοσμητές βιτρίνας με καλλιτεχνικές τάσεις, έχει υπάρξει ισχυρός παράγοντας για το χαμηλό στάτους αυτών των συλλογών στο μουσείο [...] Το προσωπικό των συλλογών ενδύματος και υφασμάτων στα μουσεία, έχει περιθωριοποιηθεί και εκληφθεί ως μία ομάδα εμμονικών με το στυλ γυναικών και ομοφυλόφιλων ανδρών που παίζουν με μεταμφιέσεις σε μεγάλες κούκλες» (Palmer στο Buick,2012: 37).

Είναι σημαντικό να σχολιαστεί ότι ο υποτιμητικός χαρακτηρισμός της συλλογής ενδύματος στο μουσείο ως «το τμήμα με τα φουστάνια» (Taylor,2004: 312), μπορεί να αποσιωπάται πλέον δεδομένης της μαζικής δημοφιλίας των εκθέσεων μόδας, η ειρωνική αντιμετώπιση των επιμελητών τους όμως εξακολουθεί να υπάρχει. Στο συνέδριο «Ένδυμα, Σώμα και Ταυτότητα» (*Kläder, kropp och identitet*), που διοργανώθηκε στη Στοκχόλμη το 2000, μία απεσταλμένη επιμελήτρια ανέφερε ότι στη Νορβηγία, οι επιμελήτριες ενδύματος των μουσείων, εξακολουθούσαν να χλευάζονται από τους άνδρες επιμελητές άλλων τμημάτων ως «εκείνες που

κουμπώνουν κουμπιά», με το αντικείμενο έρευνας τους να εξακολουθεί να μην χαίρει εκτίμησης (Taylor, 2004: 313).

3.2.1 Ο επιμελητής μόδας

Μέσα σε αυτό το πλαίσιο, η νεοσύστατη ειδικότητα του επιμελητή μόδας, αντιμετωπίζει μία «διπλή πρόκληση» αφού φαίνεται να κληρονομεί όλες αυτές τις αρνητικές αποχρώσεις και προκαταλήψεις, με τις βασικές κατευθυντήριες της πρακτικής του να βρίσκονται ακόμη εν τη γενέσει τους (Buick, 2012: 35). Μία από τις βασικές επιδιώξεις του επιμελητή ενδύματος και κατ'επέκταση της μόδας, όπως προαναφέρθηκε, είναι να ενισχύσουν τον διάλογο της μόδας με την τέχνη.

Αξίζει εδώ να αναφερθεί, ότι στο *London College of Fashion* έχει δημιουργηθεί το Κέντρο Επιμέλειας Μόδας (Centre for Fashion Curation), το οποίο επιχειρεί να ορίσει μία πλατφόρμα για την έρευνα και την ανάπτυξη νέων καινοτόμων μεθόδων παρουσίασης του ενδύματος και της μόδας σε ένα ευρύτερο κοινό.⁶⁷

Μία από αυτές τις καινοτόμες προσεγγίσεις του εν λόγω Κέντρου ήταν η σύμπραξη του με το τμήμα κοινωνικής υπευθυνότητας του Κολλεγίου (Social Responsibility Team) μαζί με μία ομάδα επιμελητών από το Λονδίνο για τη δημιουργία του πρότζεκτ «Ιστορίες Cabinets» σε χώρους φυλακών και ψυχιατρικών μονάδων. Ξεκινώντας την παρουσίαση του μέσα από τη φυλακή του Λονδίνου, το πρότζεκτ εξέτασε όψεις της μόδας μέσα από επτά θεματικές, παρουσιάζοντάς την εντός της παραδοσιακής μορφής προθηκών των cabinets. Οι επιμελητές οργάνωσαν ειδικά εργαστήρια ενθαρρύνοντας μεταξύ άλλων τους συμμετέχοντες σε κάθε περιοχή, όπου περιόδευσε η έκθεση, να επιμεληθούν μία έκθεση δικής τους σύλληψης, που θα ενσωματωνόταν στην κανονική έκθεση μαζί με τις υπόλοιπες ενότητες. Για παράδειγμα στην φωτογραφική έκθεση με καρτ ποστάλ από αντικείμενα μόδας του 19^{ου} αιώνα, όπως ο κορσές, οι κρατούμενες της φυλακής του Λονδίνου κλήθηκαν να αντιπαραβάλλουν αντικείμενα ένδυσης, που έφεραν έναν ιδιαίτερο συμβολισμό για

⁶⁷ (http://blogs.arts.ac.uk/fashion/2016/02/23/cabinet-stories-new-centre-fashion-curation-lcf-social-responsibility-project/?_ga=1.78917908.1439106851.1457995773)

τις ίδιες, όπως ένα ζευγάρι από παπούτσια All Star μιας κρατούμενης, που προσπαθούσε να τα διατηρεί καθαρά κόντρα στο βρώμικο περιβάλλον των φυλακών.⁶⁸ Αυτή η κατανόηση του αντίκτυπου της μόδας σε υποβαθμισμένες κοινωνικές ομάδες είναι ένα σημαντικό ζήτημα που δεν έχει εξεταστεί επαρκώς στο παρελθόν.

Έχοντας αναλύσει την υπόσταση του ενδύματος ως μουσειακού αντικειμένου, και το ρόλο των επιμελητών στη μελέτη του, στη συνέχεια θα εμβαθύνουμε περαιτέρω στις σύγχρονες επιμελητικές πρακτικές, κάνοντας ειδική αναφορά σε ορισμένες σημαντικές προσεγγίσεις.

3.3 Το ζήτημα της αναπαράστασης του ενδύματος σε κούκλες

Η διχογνωμία ανάμεσα στο «ρεαλισμό και στο στυλιζάρισμα» ως προς την αναπαράσταση του ενδύματος αποτελεί διαχρονικό ζήτημα που εξακολουθεί να προβληματίζει τους επιμελητές εκθέσεων μόδας (Taylor, 2002: 36).

Μέσα σε αυτό το πλαίσιο τίθενται οι εξής δύο αντιθετικές απόψεις:

«πώς μπορούν τα πλαστικά μοντέλα με τεχνητά μαλλιά, πρόσωπα και χέρια να είναι ποτέ αυθεντικά;»

και από την άλλη πλευρά

«πώς μπορεί το ένδυμα να αποκτά σημασία εάν δεν εκτίθεται σε αληθοφανείς κούκλες εποχής, τοποθετημένες σε κατάλληλη στάση με την ανάλογη κόμμωση και καλλυντική διαμόρφωση;» (Taylor, 2002: 41).

Με την ανάπτυξη των μουσείων ενδύματος κατά την μεταπολεμική εποχή, η συζήτηση αυτή εντάθηκε περισσότερο, με το δίλημμα να διαιωνίζεται.

⁶⁸ (http://blogs.arts.ac.uk/fashion/2016/02/23/cabinet-stories-new-centre-fashion-curation-lcf-social-responsibility-project/?_ga=1.78917908.1439106851.1457995773)

Η έκθεση του μοντέρνου δυτικού ενδύματος παρουσιάζει δυσχέρειες σχετικά με τον ιδανικό τρόπο αναπαράστασής του ακριβώς λόγω της επί τούτου κατασκευασμένης σιλουέτας του, που πρέπει να υποστηριχθεί κατάλληλα (Taylor,2002: 46).

Για τους υπέρμαχους του νεο-ρεαλισμού, η ορθή παρουσίαση περιλαμβάνει τα κεφάλια, τα καπέλα και την κόμμωση ως «ουσιώδη στοιχεία για την επιτυχή αναπαράσταση των ενδυμάτων» (Doris Langley Moore στο Taylor,2002: 43).

Σε διαφωνία με αυτή την προσέγγιση, άλλοι επιμελητές υποστηρίζουν πως κάθε προσπάθεια ρεαλιστικής αναπαράστασης δεν κρίνεται συνετή καθώς οι μορφές, ακόμη και με την πιο σχολαστική ακρίβεια απόδοσης, καταλήγουν «ενοχλητικές και αταίριαστες» (Anne Buck στο Taylor,2002: 46).

Η έκθεση του 1987 «Υψηλή Ραπτική στο Παρίσι- η Δεκαετία του '30», από τον Guillaume Garnier στο Palais Galliera σύστησε μία μεθοδολογία έκθεσης που συνεχίζει να αποτελεί παράδειγμα μίμησης (Taylor,2002: 44). Τα ενδύματα εκτέθηκαν σε λιτά ακέφαλα στηρίγματα, δίπλα σε σχετικές φωτογραφίες, περιοδικά και κείμενα, δίνοντας έτσι έμφαση στο πληροφοριακό υλικό για να μεταφερθεί ο επισκέπτης στην ατμόσφαιρα της εποχής. Έτσι, η τάση που ακολουθείται σήμερα, επενδύει στον αυτοσχεδιασμό και στην επένδυση σε υποστηρικτικό υλικό για την επεξήγηση του τρόπου φορέματος των ενδυμάτων εποχής (Taylor,2002: 46).

Ακόμη, η χρήση διαφορετικών τύπων κούκλας στην ίδια έκθεση θεωρείται δόκιμη στις σύγχρονες παρουσιάσεις, καθώς εξυπηρετεί το αισθητικό ύφος της κάθε εποχής ξεχωριστά. Για παράδειγμα, στην έκθεση «Βραδινές Τουαλέτες», του Palais Galliera το 1990, για μία χρονική διαδρομή από το 1850 ως το 1990,

«απρόσωπες κούκλες ραφτών, και ρεαλιστικά προσαρμοσμένες κούκλες εκθέτονταν πλάι σε μοντέρνες κούκλες με το διαστημικό στυλ της δεκαετίας του '60», (Taylor,2002: 44).

Περαιτέρω, σημαντική είναι η συνεισφορά της τεχνολογίας στη δημιουργία πιο δραματοποιημένων παρουσιάσεων που καταργούν τις άκαμπτες και βουβές αντανakλάσεις των ανθρώπινων μορφών. Έτσι, ο Jean Paul Gaultier, για την πρώτη του μεγάλη αναδρομική έκθεση στο Μουσείο Καλών Τεχνών του Μόντρεαλ το 2011,

επέλεξε για τις εκθεσιακές κούκλες του, έξυπνες μορφές ψηφιακά αναδημιουργημένων προσώπων, που μιλούσαν. Μάλιστα, μία από αυτές, φορώντας τη δημιουργία-ορόσημο του σχεδιαστή, αυτή της ναυτικής μπλούζας, αποτελούσε ένα παιγνιώδες, πιστό αντίγραφο του ίδιου του προσώπου του.⁶⁹



Εικόνα 17. Ο Jean Paul Gaultier με τα ψηφιακά μοντέλα της έκθεσης «Jean Paul Gaultier: Από το πεζοδρόμιο στην πασαρέλα», Μουσείο Καλών Τεχνών του Μόντρεαλ, 2011

Αυτή ακριβώς η παρουσίαση των ενδυμάτων σε «νεκρικές κούκλες» (Mendes στο Anderson, 2000:378), έχει οδηγήσει στην κριτική ότι η μόδα στο μουσείο χάνει το ζωντανό χαρακτήρα και την αμεσότητά της, παραπέμποντας σε ένα «κοιμητήριο ρούχων» (Steele,1998: 334). Η αληθινή πρόκληση για τους επιμελητές βρίσκεται στην προσπάθεια αναβίωσης της ανθρώπινης κίνησης:

«η ομορφιά του ενδύματος [...] είναι τόσο στενά συνδεδεμένη με το ζωντανό κινούμενο σώμα που το φόρεσε και του έδωσε τελική έκφραση, που χωρίς

⁶⁹ (Menkes, 2011c)

αυτό μοιάζει σαν ένα [...] τυχαίο αποθετήριο της υφαντικής τέχνης» (Buck στο Taylor,2002: 24).

Αυτός ο αποστειρωμένος τρόπος παρουσίασης, τείνει να ανατραπεί μέσω της επινόησης «νέων δυναμικών και επιτελεστικών τρόπων για την ανάγνωση της ιστορίας της μόδας στα μουσεία» (Pecorari,2014: 57).

Το πιο χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι αυτό της καθιέρωσης, του πρότζεκτ «η μόδα σε κίνηση», από την επιμελήτρια ενδύματος Claire Wilcox, το 1999 στο V&A. Το πρότζεκτ, αποτελεί, μέχρι και σήμερα, ένα μηνιαίο γεγονός που επιχειρεί να «γεφυρώσει το χάσμα μεταξύ των ζωντανών επιδείξεων μόδας και των στατικών μουσειακών εκθέσεων» (Victoria and Albert Museum στο Anderson, 2000:378). Προσκαλώντας τους σημαντικότερους σχεδιαστές της εποχής να παρουσιάσουν τις συλλογές τους σε ζωντανά μοντέλα μέσα στις αίθουσες του μουσείου, το V&A επιχειρεί έναν εξωθεσμικό διάλογο αναγνωρίζοντας τη φύση της μόδας (Anderson,2000: 377).

Σε αυτή την κατεύθυνση κινείται και η δουλειά του επιμελητή του Palais Galliera, Olivier Saillard, που με την έκθεση «η ανέφικτη γκαρνταρόμπα», για παράδειγμα, έκανε μια «προωθημένη κίνηση ανανέωσης του μουσείου έξω από το παραδοσιακό του πλαίσιο». ⁷⁰

Στο πλαίσιο του φθινοπωρινού φεστιβάλ του Παρισιού, η έκθεση αυτή παρουσίασε ιστορικά κομμάτια της μουσειακής συλλογής από το 19^ο μέχρι τον 20^ο αιώνα, εκτός τειχών, στο Palais de Tokyo, πλάι σε εμπορικές επιδείξεις μόδας της Άνοιξης του 2013. Στην έκθεση, που αποτέλεσε μια ιδιαίτερη περφόρμανς, εν είδει πασαρέλας, η ηθοποιός Tilda Swinton, κλήθηκε να παρουσιάσει με διαδραστικό τρόπο τα ευαίσθητα μουσειακά αντικείμενα, κρατώντας τα, βέβαια, με ειδικά γάντια.

Στην παρουσίαση της, η Swinton, επιχειρήσε να ζωντανέψει τα ενδύματα και να αναδείξει τα πρότερα βιογραφικά ίχνη εντός τους, μιμούμενη για παράδειγμα την προσωπικότητα του προκατόχου τους. Έτσι με το μπλέ στρατιωτικό παλτό που

⁷⁰ (Holt, 2012)

ανήκε στο Ναπολέοντα Βοναπάρτη «έμοιαζε να το μυρίζει και να το επεξεργάζεται προσεκτικά, μεταφέροντάς το ύστερα με έναν αέρα πυγμής στην πασαρέλα». ⁷¹



Εικόνα 18. Η παρουσίαση του Alexander McQueen, στα πλαίσια του πρότζεκτ «Η μόδα σε κίνηση», 1999, Victoria and Albert Museum

Οι ίδιοι οι σχεδιαστές μόδας με τη σειρά τους, μεριμνούν για την μουσειακή απόδοση των δημιουργιών τους, επινοώντας ευφάνταστους τρόπους που αναδεικνύουν την κινησιολογία τους και διατηρούν αυτό τον ουσιώδη «λόγο ύπαρξής» τους (Taylor, 2002: 27).

⁷¹ (Holt, 2012)

Για παράδειγμα, ο σχεδιαστής Issey Miyake, γνωστός για τα αέρινα φορέματα του, επινόησε μία απρόσμενη εγκατάσταση για την έκθεσή του «Φτιάχνοντας πράγματα», στο Κέντρο Cartier (*Centre Cartier*) στο Παρίσι το 1998. Ο Miyake ανύψωσε τα φορέματα του στην οροφή του εκθεσιακού χώρου με ειδικά καλώδια που ενεργοποιούνταν με ηλεκτρικούς παλμούς από τις σωματικές κινήσεις των επισκεπτών, κάνοντας τα στη συνέχεια να πέφτουν με μεγάλη ταχύτητα, και να εκτείνουν έτσι όλο το εύρος των κυματισμών και των πτυχώσεων τους (Taylor, 2002: 27).



Εικόνα 19. Η Tilda Swinton στην έκθεση «Η ανέφικτη γκαρνταρόμπα», Palais de Tokyo, 2013

3.4 Νέες προσεγγίσεις

Είδαμε ότι η βασική πρόκληση ενός επιμελητή ενδύματος, πέρα από τη δημιουργία ενός υποβλητικού σκηνικού, είναι να παράσχει ένα ισχυρό ερμηνευτικό πλαίσιο για την κατανόηση του ενδύματος «μέσα στα κοινωνικά, πολιτικά και χρονικά του όρια» (Taylor,2004: 281).

Ως επί το πλείστον, η βασική τυπολογία των εκθέσεων μόδας διαιρείται σε τέσσερις κατηγορίες. Αυτές είναι

1. η έκθεση-αφιέρωμα σε έναν σχεδιαστή
2. η ανάλυση μίας συγκεκριμένης περιόδου ή αισθητικού ρεύματος
3. η προβολή της ιδιαίτερης γκαρνταρόμπας ενός συγκεκριμένου συλλέκτη
4. η εξέταση ειδικών θεματικών, όπως για παράδειγμα «το χρώμα στη μόδα» (Buick,2012: 46).

Τα εκθέματα μόδας, κατά κύριο λόγο «δίνουν έμφαση στην ομορφιά και στην κλασικότητα της φόρμας [...] ή υπογραμμίζουν αναγνώσεις από την κοινωνική ιστορία, τον υλικό πολιτισμό και τις τοπικές αφηγήσεις» (McNeil,2008: 66).

Επιπλέον, στην έκθεση μόδας, η παραδοσιακή χρονολογική διαδοχή των στυλ έχει αντικατασταθεί από θεματικές ενότητες, που μετεωρίζονται αισθητικά ανάμεσα στο παρελθόν και στο παρόν, δημιουργώντας ευφάνταστες οπτικές συνδέσεις. Η γραμμική διαδρομή έχει εγκαταλειφθεί χάριν μιας «πανοραμικής όψης» της ιστορίας (Crawley and Barbieri,2013: 52).

Για παράδειγμα, η έκθεση «Αγγλομανία: Παράδοση και παράβαση στη βρετανική μόδα», που παρουσιάστηκε το 2006 στο Ινστιτούτο Ενδύματος του Μητροπολιτικού Μουσείου της Νέας Υόρκης, με σκοπό να αναδείξει την επιρροή του βρετανικού στυλ στη μόδα, δημιούργησε έναν ιδιαίτερο συσχετισμό μεταξύ της «ιστορικής παράδοσης και της σύγχρονης βιομηχανίας» (McNeil,2008: 71).

Επενδύοντας στη δημιουργική ανάκληση του παρελθόντος, οι επιμελητές Richard Martin και Harold Koda τόνισαν αυτή την υπερβατική χρονική λειτουργία της μόδας

πλαισιώνοντας, μεταξύ άλλων, ένα ιστορικό φράκο του Δούκα του Ουίνδσορ με φιγούρες δανδήδων και πανκ (McNeil,2008:76).

Η χρονική προσέγγιση τείνει ακόμη να αντικατασταθεί από τη χωρική (Crawley and Barbieri,2013: 52). Καθώς ο χώρος είναι το «μέσο, όπου οι ιδέες αρθρώνονται οπτικά», (Storr στο Horsley,2015: 62), η σκηνογραφία της έκθεσης με την επινόηση εγκαταστάσεων που μετασχηματίζονται συνεχώς, δημιουργεί έντονες αφηγήσεις που εμπλέκουν τον επισκέπτη με πιο ενεργό τρόπο στη σύλληψη της.

Οι νέοι εννοιολογικοί πειραματισμοί αμφισβητούν τη θεσμική αυθεντία του μουσείου και επενδύουν σε έναν νέο τύπο έκθεσης, αυτόν του «εκθεσιακού τοπίου» (Horsley,2015: 57). Σε αντίθεση με τα διακοσμητικά σκηνικά, ο χώρος της έκθεσης αναμορφώνεται ως σημείο αλληλεπίδρασης και αντανάκλασης μίας βασικής ιδέας, μέρος της οποίας αποτελούν τα εκθεσιακά αντικείμενα, συνθέτοντας έτσι ένα ολιστικό δημιούργημα. Μουσειακές συμβάσεις, όπως το «εκθεσιακό κατώφλι» στην είσοδο μιας έκθεσης (Horsley,2015: 47), ή το «βάθρο» με τις προνομιακές ιεραρχήσεις των αντικειμένων (Clark στο Crawley and Barbieri,2013: 51), επαναπροσδιορίζονται με αιρετικό τρόπο ή καταργούνται.

Οι νέοι τρόποι έκθεσης αντλούν και από πειραματικά πρότζεκτ καλλιτεχνών. Για παράδειγμα, οι διευθετήσεις αντικειμένων του σημαντικού επιμελητή τέχνης Harald Szeeman στην έκθεσή του «Ανιστορικοί ήχοι», στο Μουσείο *Boijmans Van Beuningen* στο Ρόττερνταμ το 1998, έγινε με γνώμονα τις τυχαίες, συνειρμικές, «ανιστορικές αντηχήσεις» (Crawley and Barbieri,2013: 53). Για την Claire Wilcox, που δημιούργησε μία έκθεση φόρο τιμής σε αυτή την έκθεση με τίτλο «Η τέχνη της μόδας: Εγκαθιστώντας νύξεις» το 2009 στο ίδιο μουσείο, η κίνηση του Szeeman συνέβαλλε στη συνειδητοποίηση τού ότι δεν υπάρχει «αναπόφευκτη λογική μεταξύ των αντικειμένων παρά μόνο προσωρινές ομαδοποιήσεις» (στο Crawley and Barbieri,2013: 53).

Σε ανάλογη κατεύθυνση, έχει κινηθεί η δουλειά της επιμελήτριας Judith Clark, η οποία, ιδρύοντας την ομώνυμη γκαλερί της, κατά το διάστημα 1997-2002, στο Λονδίνο, αφιερώθηκε αποκλειστικά στη διερεύνηση του πεδίου των εκθέσεων μόδας (Crawley and Barbieri,2013: 51).

Η πιο συζητημένη εννοιολογική έκθεση μόδας, που έχει αναλυθεί μέχρι σήμερα, είναι εκείνη της Clark με τίτλο, «Κακόβουλες μούσες: όταν η μόδα κοιτά πίσω» που δημιουργήθηκε για το μουσείο MoMu στην Αμβέρσα το 2004 και στη συνέχεια φιλοξενήθηκε από το V&A το 2005 (Pecorari,2014: 54).

Με θεωρητικό της υπόβαθρο την ανάλυση της σύγχρονης μόδας από την Caroline Evans στο δοκίμιο, *Fashion at the edge, Spectacle, Modernity and Deathliness*, η Clark ανέπτυξε την ιδέα ότι «το σύγχρονο σχέδιο μόδας δεν αποτελεί απλώς μία πρακτική δημιουργίας φορεμάτων αλλά μπορεί να διαβαστεί ως μία γλώσσα μέσω της οποίας γίνονται κατανοητές οι ιδέες της μόδας» (Pecorari,2014: 54).

Το εκθεσιακό τοπίο της Clark λειτούργησε ως διαβιβαστής της αφήγησης, παρέχοντας μια «τρισδιάστατη εμπειρία», μέσα από τις αλληγορικές εγκαταστάσεις της (Horsley, 2015:53). Βασισμένη στον ορισμό της μόδας ως *Tigersprung* (το άλμα της τίγρης) από τον Walter Benjamin λόγω της δυνατότητας της να κινείται ανάμεσα στο παρελθόν, το παρόν και το μέλλον, οι εγκαταστάσεις αυτές υπογράμμισαν την αναζήτηση της «μνήμης της μόδας» στη σύγχρονη δημιουργία (Crawley and Barbieri,2013: 53)

Χαρακτηριστική, για παράδειγμα, ήταν η εγκατάσταση με τίτλο «κλειδώνοντας μέσα και απ' έξω». Οι κούκλες με τα ενδύματα είχαν τοποθετηθεί πάνω σε περιστρεφόμενους τροχούς, που διασταυρώνονταν έτσι ώστε να αντιπαρατίθενται και να χωρίζονται σε μία αέναη κίνηση (Horsley,2015: 53). Αυτή η επαναλαμβανόμενη αντίστιξη αποτέλεσε ένα σχόλιο για τη χρονικότητα της μόδας. Όταν τα, διαφορετικής εποχής ενδύματα βρίσκονταν σε εγγύτητα, υποβάλλονταν σε μια κατάσταση αλληλοαναγνώρισης ενώ όταν απέκλιναν, το παρελθόν φάνταζε και πάλι μακρινή αναφορά (ModeMuseum στο Horsley,2015: 53).



Εικόνα 20. Άποψη της έκθεσης «Φαντάσματα: όταν η μόδα κοιτά πίσω», Victoria and Albert Museum, 2005

Στον αντίποδα αυτής της επιμελητικής προσέγγισης, πάντως, βρίσκεται η αντικειμενοκεντρική, που υποστηρίζει το στήσιμο μιας έκθεσης με βάση τα αντικείμενα καθαυτά. Η προσέγγιση αυτή υποστηρίζει ότι με τις εννοιολογικές εκθέσεις η προσοχή στρέφεται αποκλειστικά και μόνο σε μια λανθάνουσα ιδέα. Τα ίδια τα ενδύματα δεν εξετάζονται πλέον ως κεντρικά εκθέματα αλλά υποτάσσονται σε ένα γενικό επιμελητικό σχέδιο, λειτουργώντας δευτερευόντως ως «συμπωματικές εικονογραφήσεις» αυτής της ιδέας (Taylor στο Pecorari, 2014: 40).

Παρά τα σημαντικά βήματα προς μία κριτική προσέγγιση της μόδας, ωστόσο, παραμένει η αρνητική άποψη ότι οι εντυπωσιακές εκθέσεις, αφιερωμένες αποκλειστικά σε έναν σχεδιαστή, εξακολουθούν να αποτελούν την πεπατημένη, Σταδιακά, τα μουσεία ενδύματος μετατρέπονται σε μουσεία μόδας, σταματώντας να συλλέγουν, αφού εξυπηρετούνται μέσα από τα δάνεια των μεγάλων οίκων για τις προσωρινές τους εκθέσεις μόδας. Τα μουσεία μόδας, με τη σειρά τους, υιοθετούν άκριτα τις εκθεσιακές πρακτικές της βιομηχανίας της μόδας (Pecorari,2014: 47), ενώ οι συμπράξεις των επιμελητών με τους σχεδιαστές καταλήγουν σε εκθέσεις- «αγιογραφίες» (Melchior and Svennson,2014: 10).

Οι δημοφιλείς εκθέσεις υψηλής ραπτικής προσκολλώνται κατά κύριο λόγο στη διερεύνηση της παραγωγής της σύγχρονης μόδας και όχι στην κατανάλωση και στη διάχυση της ως κοινωνικό φαινόμενο (Pecorari,2014: 57).

Οι εκθέσεις που εμβαθύνουν ουσιαστικά στο σύστημα λειτουργίας της μόδας ως ενός «συνεχούς κύκλου αλλαγών», εξετάζοντας το «πώς αυτή διαποτίζει τις ζωές των καθημερινών ανθρώπων», είναι ελάχιστες και αποτελούν σημείο αναφοράς (Buckley and Clark,2016: 27).

Μία τέτοια σημαντική έκθεση αποτέλεσε αυτή του Εθνικού Μουσείου του Smithsonian με τίτλο «Άντρες και γυναίκες: Φορώντας το ρόλο τους», το 1989 από την επιμελήτρια την Claudia Brush Kidwell. Η έκθεση εξέταζε τη «σχέση μεταξύ των ορισμών της αρρενωπότητας και της θηλυκότητας και της εξωτερικής εμφάνισης» (Taylor, 2004:187). Η ύπαρξη στερεοτύπων στο ένδυμα σχολιάστηκε με πρωτότυπο τρόπο μέσα από τις λεζάντες που συνόδευαν τα ενδύματα, με σχόλια, όπως, «μεσοαστικό» ή «κατάλληλο για οικιακή εργασία», καλώντας τους επισκέπτες να σκεφτούν (Taylor,2004: 187).

Την πιο ριζοσπαστική έκθεση, μέχρι και σήμερα, αποτέλεσε η «Μόδα του δρόμου: Από το πεζοδρόμιο στην πασαρέλα», που παρουσιάστηκε στο V&A, το 1994 από την επιμελήτρια Amy de la Haye (Taylor,2004: 123).

Η έκθεση αυτή σύστησε για πρώτη φορά στο μουσείο την ένδυση των καθημερινών ανθρώπων και δη κοινωνικών ομάδων που διαμόρφωσαν ένα αμφιλεγόμενο προσωπικό ύφος ένδυσης. Βασισμένη στο βιβλίο *Subculture* του Dick Hebdige (Teunissen, 2014: 35), η έκθεση παρουσίασε ακριβείς αναδημιουργίες συνόλων ένδυσης των νεανικών ομάδων που διαμόρφωσαν τις υποκουλτούρες από τη δεκαετία του '40 μέχρι τότε, όπως «μπίτικς, τεντυμπόηδες, χίπηδες, ρόκερς, σκίνχεντς, γκόθικ [...]» (Steele, 2008: 22), πρεσβεύοντας τις έννοιες του εκδημοκρατισμού και της εξατομίκευσης της μόδας.

Μάλιστα, σε δεύτερο επίπεδο η έκθεση εξέτασε τη στυλιστική τους επιρροή στην υψηλή ραπτική, «αντιστρέφοντας τη γνωστή θεωρία της διάχυσης της μόδας από τα ανώτερα στρώματα στα χαμηλότερα» (De la Haye, 1996: 143).

Η αμεσότητα της μόδας έχει ακόμη ως αποτέλεσμα, την υιοθέτηση αμεσότερων τρόπων επικοινωνίας των επιμελητών με το κοινό. Η ανοιχτή πρόσβαση στον τρόπο δημιουργίας μιας έκθεσης, είναι πλέον συνήθης πρακτική με τους επιμελητές και τους μουσειακούς θεσμούς να δημιουργούν διαδικτυακά ιστολόγια που αποτυπώνουν όλα τα στάδια προετοιμασίας της με τη μορφή ημερολογίου.

Ένα τέτοιο παράδειγμα, αποτέλεσε το μπλόγκ της Ligaya Salazar, με αφορμή την έκθεση-αφιέρωμα για το σχεδιαστή Yohji Yamamoto στο V&A το 2011 (Schwartz, 2012: 34). Μέσα από το μπλογκ της, η επιμελήτρια μοιράστηκε όλα τα διερευνητικά ταξίδια που έκανε στην Ιαπωνία, συναντώντας τους συνεργάτες του σχεδιαστή και ανακαλύπτοντας τις παραδοσιακές τεχνικές κατασκευής χειροποίητων ενδυμάτων που αποτέλεσαν έμπνευση για το έργο του (Schwartz, 2012: 35).

Τα νέα μέσα χρησιμοποιούνται ακόμη για να ενισχύσουν την ψηφιακή οντότητα μιας έκθεσης. Ειδικά για την έκθεση «blog.mode: προσφωνώντας τη μόδα», στο Ινστιτούτο Ενδύματος του Μητροπολιτικού Μουσείου της Νέας Υόρκης το 2007, δημιουργήθηκε ένα ιστολόγιο, με αναρτημένες ψηφιακές μορφές όλων των

εκθεμάτων, που προσκαλούσε τους επισκέπτες να σχολιάσουν το οπτικό αντίκτυπο των εκθεμάτων, σε υπολογιστές τοποθετημένους σε κάθε αίθουσα.⁷²



Εικόνα 21. Στιγμιότυπο της έκθεσης «Μόδα του δρόμου: Από το πεζοδρόμιο στην πασαρέλα», Victoria and Albert Museum, 1994

⁷² (<http://www.metmuseum.org/exhibitions/listings/2007/blogmode>)

Καθώς, όμως, η πολιτική της παραγωγής εκθέσεων μόδας διευρύνεται, τα τμήματα ενδύματος καλούνται να παράγουν τέτοιες εκθέσεις μέσα στο ασφυκτικό χρονικό όριο των τεσσάρων με έξι μηνών κάθε φορά, θυμίζοντας τη φρενίτιδα και την πίεση της παραγωγής των συλλογών μόδας της βιομηχανίας. Κάτι τέτοιο, βέβαια, υποβαθμίζει την ποιότητα της ακαδημαϊκής έρευνας, συντελώντας ακόμη περισσότερο στην υποτίμηση αυτών των εκθέσεων (Palmer,2008: 54).

Ως προς τις νέες προσεγγίσεις της μόδας, είναι παράδοξο, ότι αν και η χρήση ψυχαναλυτικών προσεγγίσεων στη θεωρία της μόδας αποτελεί βασική μέθοδο ανάλυσης, μία ανάλογη προσέγγιση απουσιάζει από τις μουσειακές εκθέσεις. Πρόσφατα, ο επιμελητής του Ινστιτούτου Ενδύματος του Met , Andrew Bolton, εκδήλωσε την επιθυμία της δημιουργίας μίας έκθεσης με τίτλο «Ο Φρόντ και η μόδα», θέλοντας να διερευνήσει αυτή τη σύνδεση της υλικότητας ενός ενδύματος με την ψυχολογική κατάσταση αυτού που το φοράει.⁷³

Ανακεφαλαιώνοντας, οι εκθέσεις μόδας έχουν ακόμη αρκετό δρόμο να διανύσουν προκειμένου να αναγνωρισθούν για την κριτική τους ματιά. Για παράδειγμα, τα κριτήρια επιλογής των σχεδιαστών σε συλλογικές θεματικές εκθέσεις τελούν ακόμη υπό εξέταση καθώς προκειμένου αυτές να θεωρηθούν επίκαιρες, οι αποφάσεις των επιμελητών σχετίζονται σε μεγάλο βαθμό με το κατά πόσο οι σχεδιαστές αυτοί βρίσκονται στην «πρώτη γραμμή του μάρκετινγκ και των Μέσων» (McNeil,2008: 73).

Πέρα από την πεπατημένη της ενασχόλησης με την υψηλή ραπτική, οι επιμελητές οφείλουν ακόμη να στραφούν προς μια συστηματικότερη ανάλυση των καθημερινών πρακτικών του ατόμου και ενός συνόλου παραγόντων διαμόρφωσης της μόδας στη σύγχρονη πραγματικότητα, όπως «οι αλυσίδες μαζικής παραγωγής ρούχων, η συμπεριφορά του καταναλωτή και η επιρροή των μπλόγκερ μόδας» (Pecorari,2014: 57).

⁷³(<http://www.vogue.com/13422072/met-gala-2016-andrew-bolton-curator-costume-institute-fashion-technology/>)

4. Η ελληνική περίπτωση

Στην Ελλάδα, η μουσειακή υπόσταση του ενδύματος και κατ'επέκταση της μόδας, μπορούμε να πούμε ότι βρίσκονται σε πολύ πρώιμο, ακόμη, στάδιο.

Ως επί το πλείστον, συλλογές ενδύματος βρίσκονται είτε σε λαογραφικά και εθνολογικά μουσεία, είτε αποτελούν βεστιάρια καλλιτεχνικών οργανισμών, όπως το Εθνικό Θέατρο και η Εθνική Λυρική Σκηνή.

Η ενασχόληση με τη μόδα στο ελληνικό πλαίσιο, σχετίζεται κυρίως με εκδηλώσεις της πόπ κουλτούρας, ακολουθώντας ξενόφερτες τάσεις. Ενδεχομένως, το γεγονός ότι η παράδοση της υψηλής ραπτικής και των καταξιωμένων, διεθνώς, οίκων μόδας, δεν είναι εδραιωμένες έννοιες στην Ελλάδα να δικαιολογεί τον παραγκωνισμό της από το μουσείο. Έτσι η μελέτη της, κατά κύριο λόγο, εντάσσεται ως δευτερεύον στοιχείο στο πλαίσιο της μελέτης του ενδύματος, χρησιμοποιώντας ερευνητικά εργαλεία των ανθρωπιστικών επιστημών και αγνοώντας την ιδιαίτερη φυσιογνωμία της.

Αντίθετα, η ύπαρξη διεθνούς φήμης σχεδιαστών θεατρικών κοστούμιών, όπως η Θεώνη Βαχλιώτη Όλντριτζ και ο Βασίλης Φωτόπουλος έχουν κινήσει περισσότερο το ενδιαφέρον των μουσειακών θεσμών για το θεατρικό κοστούμι. Για παράδειγμα, το 2010 η Εθνική Πινακοθήκη, αφιέρωσε μια μεγάλη αναδρομική έκθεση στον ενδυματολόγο και σκηνογράφο Γιάννη Μετζικώφ με τίτλο, «Γιάννης Μετζικώφ, Θεατρικά Ενδύματα και Προσωπεία, από τη Σκηνή στο Μουσείο». ⁷⁴

Το μόνο Μουσείο που αναφέρεται ως το «κατεξοχήν ενδυματολογικό μουσείο»⁷⁵, είναι το **Μουσείο Ιστορίας της Ελληνικής Ενδυμασίας**, που ιδρύθηκε το 1988, χάρη στην, τότε, υπουργό πολιτισμού Μελίνα Μερκούρη και αποτελεί τμήμα του Λυκείου των Ελληνίδων. Αξίζει να αναφερθεί, ότι η συλλογή του, που σήμερα αριθμεί 25.000

⁷⁴ (<http://www.nationalgallery.gr/site/content.php?artid=342>)

⁷⁵ (<http://www.lykeionellinidon.gr/lyceumportal/%CE%9C%CE%9F%CE%A5%CE%A3%CE%95%CE%99%CE%9F/tabid/80/language/el-GR/Default.aspx>)

φορεσιές από ολόκληρο τον ελλαδικό χώρο, ξεκίνησε χάρη σε μια γυναικεία πρωτοβουλία, αυτή της ιδρύτριας του Λυκείου, Καλλιρόης Παρρέν, το 1911.⁷⁶ Παράλληλα με την ίδρυση του Μουσείου, σχηματίστηκε και το Εθνικό Αρχείο Ενδυμασίας με στόχο την καταγραφή της παραδοσιακής φορεσιάς σε ολόκληρη την Ελλάδα.

Η συστηματική προσπάθεια για την ανάδειξη του ενδύματος ως αντικειμένου μελέτης μπορεί να αποδοθεί στην ιδιωτική πρωτοβουλία της σκηνογράφου και ενδυματολόγου Ιωάννας Παπαντωνίου. Η Παπαντωνίου από το 1974, έχει ιδρύσει το **Πελοποννησιακό Λαογραφικό Ίδρυμα «Βασίλειος Παπαντωνίου» (ΠΛΙ)** στο Ναύπλιο, που λειτουργεί ως μουσείο-ερευνητικό κέντρο, περιλαμβάνοντας στη «μελέτη του νεότερου ελληνικού πολιτισμού»⁷⁷, τον τομέα της ενδυματολογίας. Από το 2000, το Ίδρυμα ανέλαβε, ακόμη, τη διαχείριση του Εθνικού Αρχείου Ενδυμασίας, εκδίδοντας παράλληλα το επιστημονικό περιοδικό «Ενδυματολογικά».⁷⁸

Σε δήλωσή της, η Παπαντωνίου έχει υπογραμμίσει σε σχέση με το ένδυμα ότι «δεν μπορούμε να σταματήσουμε τα πράγματα στο λαογραφικό και στο τοπικό, δεν σταμάτησε η Ελλάδα με το χωριό, συνεχίζεται [...] Το ένδυμα δεν είναι μια ιστορία με την οποία ασχολούνται αποκλειστικά οι κυρίες, είναι ένας ολόκληρος κόσμος».⁷⁹

Χάρη στις προσωπικές αγορές της ιδρύτριας του, το ΠΛΙ περιλαμβάνει στη συλλογή του από 45.000 αντικείμενα, μία σημαντική συλλογή μόδας, με το πρώτο του απόκτημα να αποτελεί ένα «φόρεμα τύπου τσάρλεστον του οίκου Lanvin».⁸⁰

Περαιτέρω, κατανοώντας τη σημασία της ψηφιακής διαχείρισης περιεχομένου, το ΠΛΙ, έχει ενταχθεί από το 2015, στο ευρωπαϊκό πρότζεκτ, *Europeana Fashion*, πλάι στα σημαντικότερα ευρωπαϊκά μουσεία ενδύματος, προσθέτοντας τα 10.000

⁷⁶(<http://www.lykeionellinidon.gr/lyceumportal/MΟΥΣΕΙΟ/ΤρέχουσαΕκθεση/tabid/143/language/el-GR/Default.aspx>)

⁷⁷(<http://www.pli.gr/el/content/%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%81%CE%B9%CE%BA%CF%8C>)

⁷⁸ (<http://www.costume.gr/ekdoseis.html>)

⁷⁹ (στο Τουλάτου, 2014)

⁸⁰ (Μπλάτσιου, 2010)

ενδύματα και αξεσουάρ μόδας της συλλογής του στην ψηφιακή βιβλιοθήκη του πρότζεκτ.⁸¹

Θέτοντας τα θεμέλια για τη δημιουργία θεσμών αφιερωμένων αποκλειστικά στο ένδυμα, η Παπαντωνίου σύστησε ακόμη το 2003, την Ελληνική Εταιρεία Ενδυμασιολογίας, στα πρότυπα των Συλλόγων Ενδύματος του εξωτερικού, επεκτείνοντας την έρευνα του Εθνικού Αρχείου Ενδυμασίας στην κατεύθυνση της σύγχρονης μόδας.⁸²

Η Εταιρεία κάνει σημαντικά βήματα στην τροφοδότηση του ενδιαφέροντος για το ένδυμα, δημιουργώντας, για παράδειγμα, το 2015 το θεσμό των ξεναγήσεων σε μουσειακές εκθέσεις με ενδυματολογικό ενδιαφέρον. Μάλιστα, το Σεπτέμβριο του 2014, χάρη στη σύμπραξή της με το ICOM και το ΠΛΙ, η Εταιρεία φιλοξένησε, για πρώτη φορά στην Ελλάδα, το ετήσιο, διεθνές συνέδριο της Επιτροπής Ενδύματος του ICOM στο Ναύπλιο και στην Αθήνα.⁸³

Η ανάδυση εκθέσεων μόδας στα μουσεία για την ελληνική πραγματικότητα αποτελεί πρόσφατο φαινόμενο, μόλις της τελευταίας δεκαπενταετίας.

Ως προπομπός τους, μπορεί να αναφερθεί η δημιουργία της πρώτης μονοθεματικής έκθεσης για έλληνα σχεδιαστή, τον Jean Dessès, που διέπρεψε στο Παρίσι τη χρυσή περίοδο της υψηλής ραπτικής μεταξύ 1940-60. Με τίτλο της, «Jean Dessès – Ένας Έλληνας σχεδιαστής μόδας», η έκθεση παρουσιάστηκε στο Κτίριο Συλλόγου Ελλήνων Αρχαιολόγων στην Αθήνα το 1999, και πάλι χάρη στην πρωτοβουλία της Παπαντωνίου.⁸⁴

Περνώντας στις πρώτες μουσειακές εκθέσεις μόδας, αυτές έχουν παρουσιαστεί στο σύνολό τους στο Μουσείο Μπενάκη, η σύλληψή τους, όμως, οφείλεται και εδώ σε εξωθεσμικούς παράγοντες. Συγκεκριμένα, οι εκθέσεις αυτές είναι αποτέλεσμα των μεμονωμένων προσπαθειών της Ιωάννας Παπαντωνίου, του καλλιτεχνικού

⁸¹ (<http://beausillage.com/grapse-istoria-gia-ti-moda-kiriolektika/>)

⁸² (<http://www.costume.gr/index.html>)

⁸³ (<http://www.costume.gr/meeting2014/programme.html>)

⁸⁴ (<http://www.pli.gr/el/content/%CF%87%CF%81%CE%BF%CE%BD%CE%BF%CE%BB%CF%8C%CE%B3%CE%B9%CE%BF-%CF%80%CE%BB%CE%B9>)

διευθυντή του Οργανισμού Ατοπος που ασχολείται με τον οπτικό πολιτισμό, το σώμα και τη μόδα, Βασίλη Ζηδιανάκη και του συλλέκτη και εμπνευστή του πολιτιστικού Ιδρύματος ΔΕΣΤΕ, Δάκη Ιωάννου.

Ως πρώτη έκθεση που χαρακτηρίστηκε «διεθνής έκθεση μόδας»⁸⁵, θεωρείται αυτή με τίτλο «Πτυχώσεις: Από το αρχαίο ελληνικό ένδυμα στη μόδα του 21ου αιώνα». Η ιδέα για μια παρουσίαση του ενδύματος πέρα από τη λαογραφική του πτυχή βρήκε γόνιμο έδαφος, στα πλαίσια της Πολιτιστικής Ολυμπιάδας του 2004, και υλοποιήθηκε σε συνεργασία με τον Οργανισμό Προβολής Ελληνικού Πολιτισμού (Παπαντωνίου, 2014: 15).

Η έκθεση αυτή αποτέλεσε συνεπιμέλεια της Παπαντωνίου και του Ζηδιανάκη. Η, συνυφασμένη με το ελληνικό στοιχείο, τεχνική των πτυχώσεων εξετάστηκε με τον παραδοσιακό τύπο της χρονικής αναδρομής, αντιπαραβάλλοντας αρχαιοελληνικούς χιτώνες με δημιουργίες καταξιωμένων σχεδιαστών υψηλής ραπτικής, όπως η Elsa Schiaparelli και ο Issey Miyake, και εντάσσοντας παράλληλα έργα σύγχρονων καλλιτεχνών σχετικής θεματικής, όπως φωτογραφικά έργα και βιντεοπροβολές.⁸⁶

Η συνέχεια ήταν εξίσου σημαντική με την έκθεση «Ενδύεσθαι: Για ένα Μουσείο του Πολιτισμού», που εκκίνησε το διάλογο για τη δημιουργία ενός μουσείου ενδύματος στην Ελλάδα. Η έκθεση, αποτέλεσμα συνδημιουργίας του ΠΛΙ και της Ελληνικής Εταιρείας Ενδυμασιολογίας, το 2010 στο Μουσείο Μπενάκη, παρουσίασε το ένδυμα ως «κοινωνιολογικό πείραμα». Για πρώτη φορά για τα ελληνικά δεδομένα, εξετάστηκαν κοινωνικές λειτουργίες του ενδύματος, όπως για παράδειγμα η «κατασκευή πολιτισμικής, κοινωνικής ή ατομικής ταυτότητας»⁸⁷, ενώ οι αλλαγές των ενδυματολογικών κωδίκων από το 18^ο έως τον 21^ο αιώνα, εικονογράφησαν την κάθε φάση στον κύκλο ζωής του ανθρώπου.

⁸⁵ (<http://www.benaki.gr/index.asp?lang=gr&id=20205&sid=146>)

⁸⁶ (<http://www.benaki.gr/index.asp?lang=gr&id=20205&sid=146>)

⁸⁷ (<http://www.benaki.gr/index.asp?lang=gr&id=202010001&sid=843>)



Εικόνα 22. Άποψη της έκθεσης «Πτυχώσεις», Μουσείο Μπενάκη, 2004

Στα πλαίσια των εκδηλώσεων της έκθεσης μάλιστα, διοργανώθηκε το τριήμερο συνέδριο «Ενδύεσθαι: Ιστορικές, κοινωνιολογικές και μεθοδολογικές προσεγγίσεις», εμβαθύνοντας στο ερευνητικό ενδιαφέρον που παρουσιάζουν οι διαφορετικές εκφάνσεις του ενδύματος. Με αφορμή το ζωντανό διάλογο που προκλήθηκε, ο, τότε, διευθυντής του Μουσείου Μπενάκη, Άγγελος Δεληβοριάς τόνισε την υποχρέωση του ελληνικού κράτους «να απονείμει επιτέλους τα απαιτούμενα εύσημα στο ένδυμα και την ιστορία του».⁸⁸ Η δημιουργία ενός μουσείου πολιτισμού του ενδύματος, έκτοτε αποτελεί βασικό σκοπό της Ελληνικής Εταιρείας Ενδυμασιολογίας.

Το τελευταίο δείγμα γραφής της Παπαντωνίου και του ΠΛΙ στο Μπενάκη ανέδειξε μία ακόμη σημαντική πτυχή του ενδύματος, αυτή της προσωπικής ιστορίας που

⁸⁸ (στο Ασδραχάς, 2010)

φέρει για τον προκάτοχό του, όπως εξετάστηκε σε περιπτώσεις εκθέσεων του εξωτερικού. Με αφορμή τη συμπλήρωση των 40 ετών λειτουργίας του Ιδρύματος, το 2014, δημιουργήθηκε η έκθεση «Νύφες: Παράδοση και Μόδα στην Ελλάδα», εκθέτοντας 70 νυφικά φορέματα από το 19^ο μέχρι τον 20^ό αιώνα. Καθώς τα περισσότερα από αυτά αποτέλεσαν ιδιωτικές δωρεές στο Ίδρυμα, ο ιδιαίτερος συμβολισμός τους για κάθε νύφη έγινε απτός μέσα από υποστηρικτικό υλικό, όπως συνοδευτικές φωτογραφίες των ιδιοκτητριών τους, τονίζοντας έτσι το βιωματικό στοιχείο και τη λειτουργία των φορεμάτων ως φορέων ανάμνησης.⁸⁹

Οι προαναφερθείσες προσπάθειες, ωστόσο, δεν παραπέμπουν σε θεματικές που αφορούν αμιγώς τη μόδα, αλλά την αντιμετωπίζουν ως παρελκόμενο των διακοσμητικών τεχνών και της αρχαιολογικής ή λαογραφικής έρευνας, προκειμένου να νομιμοποιηθεί η είσοδος της στο μουσείο.

Όσον αφορά τις νέες, πειραματικές προσεγγίσεις επιμέλειας, η κινητικότητα της μόδας στο μουσείο σε διεθνές επίπεδο, αναπόφευκτα, έχει μια ορισμένη επίδραση και στην Ελλάδα. Σε συνέντευξη που παραχωρήθηκε από τον Βασίλη Ζηδιανάκη, στα πλαίσια της εργασίας (βλ. Παράρτημα), παρότι ο ίδιος αναγνώρισε πως τα πράγματα είναι δύσκολα καθώς δεν υπάρχει ούτε Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης, πόσω μάλλον ενδύματος, τόνισε ότι οι νέες σκέψεις και τάσεις βρίσκουν πάντα τον τρόπο να βγουν στην επιφάνεια.

Οι εκθέσεις «ΧΡΑΑΑΤΣ! Μόδα από Χαρτί» και «ARRRGH! Τέρατα και Σημεία στη Μόδα», που ο ίδιος παρουσίασε στο Μπενάκη, εισήγαγαν μια σειρά διαδραστικών επινοήσεων, που αναγνωρίστηκαν διεθνώς για τον πρωτοποριακό τους χαρακτήρα και φιλοξενήθηκαν σε μεγάλα μουσεία και γκαλερί του εξωτερικού, όπως για παράδειγμα το Μουσείο Μόδας MoMu στην Αμβέρσα.

Η έκθεση «ΧΡΑΑΑΤΣ» παρουσιάστηκε το 2007, ως αποτέλεσμα της έρευνας της Ατοπος για την τάση των χάρτινων φορεμάτων κατά τη δεκαετία του '60 στην Αμερική, εκθέτοντας παράλληλα σπάνια ιστορικά ενδύματα ανάλογου ύφους από

⁸⁹ (<http://www.benaki.gr/index.asp?lang=gr&id=202010001&sid=1412>)

ασιατικές χώρες αλλά και σύγχρονες δημιουργίες σχεδιαστών από χαρτί.⁹⁰ Η έκθεση επένδυσε στη συμμετοχή των επισκεπτών, επιτρέποντάς τους για παράδειγμα να αγγίξουν ένα ευαίσθητο χάρτινο ένδυμα από τη συλλογή της Atopos ή, το πιο σημαντικό, δημιουργώντας ένα «live εργαστήριο», με την τοποθέτηση ενός τραπεζιού συντήρησης στο κέντρο της αίθουσας, όπου μια συντηρήτρια ενδύματος, σε όλη τη διάρκεια της έκθεσης εξέταζε αντικείμενα της συλλογής και απαντούσε σε ερωτήσεις του κοινού.

Η έκθεση «ARRRGH», που δημιουργήθηκε το 2011 ακολούθησε, για πρώτη φορά μια εννοιολογική προσέγγιση, εξετάζοντας μέσα από το αλλόκοτο και το φαντασιακό στη σύγχρονη μόδα την αποδοχή του άλλου και τη διαφορετικότητα. Η σκηνογραφία της έκθεσης δημιούργησε, κατά τον Ζηδιανάκη, ένα «ολικό έργο τέχνης», με τους διάτρητους τοίχους να δίνουν την εντύπωση απόδρασης των τεράτων, και την εσκεμμένη απουσία βάρων να εξαναγκάζει το κοινό σε μία άμεση ανταπόκριση με αυτούς τους ιδιαίτερους χαρακτήρες.

Μάλιστα για τα εγκαίνια της έκθεσης, που συνέπεσαν με την Ευρωπαϊκή Νύχτα των Μουσείων⁹¹, επινοήθηκαν αλληγορικές περφόρμανς με διεθνούς φήμης καλλιτέχνες, όπως ο Charlie le Mindu. Για παράδειγμα, σαν κοινωνικό σχόλιο για το φορτισμένο κλίμα της περιόδου με τις αντικυβερνητικές διαδηλώσεις στην Αθήνα, μοντέλα με τερατόμορφες εμφανίσεις διαδήλωσαν με πλακάτ στους χώρους του Μουσείου, διεκδικώντας ισότητα.

Η αναφορά σε αυτές τις μεμονωμένες περιπτώσεις, βέβαια, δε συνεπάγεται το συμπέρασμα ότι οι εκθέσεις μόδας έχουν παγιώσει πλέον την παρουσία τους στο μουσειακό περιβάλλον.

Αντίθετα, σε συνέντευξή της στα πλαίσια της εργασίας (βλ.Παράρτημα), η θεωρητικός τέχνης και επιμελήτρια της έκθεσης «destefashioncollection 1 to 8», Νάντια Αργυροπούλου, με τη σειρά της, διαπιστώνει ότι σε σχέση με τη μουσειακή υπόσταση της μόδας:

⁹⁰ (<http://www.in.gr/entertainment/art/news/article/?aid=1300088331>)

⁹¹ (<http://www.ifa.gr/index.php/fr/culture-et-image/expositions/757--arrrrgh-xposition-arrrrgh-monstres-dans-la-mode->)

«δεν υπάρχει εμβέλεια μακρόπνοου πολιτιστικού σχεδιασμού σε εθνικό επίπεδο παρά μόνο ευτυχείς περιπτώσεις και ικανοί άνθρωποι ή φορείς (ιδιωτικοί ή και μικτοί), που συμμετέχουν σε διεθνή φόρα, παρακολουθούν, γνωρίζουν και προτείνουν».



Εικόνα 23. Στιγμιότυπο της διαδήλωσης των τεράτων στα εγκαίνια της έκθεσης «ARRRGH! Τέρατα και Σημεία στη Μόδα», Μουσείο Μπενάκη, 2011

Ένα τέτοιο παράδειγμα «ευτυχούς περίπτωσης», χωρίς να υπάγεται στο πλαίσιο κεντρικού σχεδιασμού εκ μέρους επίσημου φορέα, αποτέλεσε το πρότζεκτ *destefashioncollection*, που διαμορφώθηκε από τον ιδρυτή του ΔΕΣΤΕ Δάκη Ιωάννου, σε συνεργασία με τον διευθυντή του περιοδικού μόδας W, Dennis Freedman και το σχεδιαστικό δίδυμο των Michael Amzalag και Mathias Augustyniak, με στόχο να διερευνήσει τα όρια ανάμεσα στη μόδα και την τέχνη και να εμπνεύσει νέους τρόπους ερμηνείας της.

Κατά το διάστημα των ετών 2007-2014, το πρότζεκτ ανέθεσε σε έναν, διαφορετικό για κάθε έτος καλλιτέχνη, από τους χώρους των εικαστικών τεχνών, της

λογοτεχνίας, της αρχιτεκτονικής και του κινηματογράφου⁹², να επιλέξει πέντε τάσεις της διεθνούς μόδας, μετασχηματίζοντας τα προσωπικά του ερεθίσματα σε καλλιτεχνικά έργα και δημιουργώντας μια αντιπροσωπευτική συλλογή «κάψουλα». Αυτές οι δημιουργικές «εντάσεις» που προκλήθηκαν ανάμεσα στους δυο κόσμους, παρουσιάστηκαν το 2014, στην έκθεση «Destefashioncollection 1 to 8», στο Μουσείο Μπενάκη, σε επιμέλεια της Νάντιας Αργυροπούλου, όπως προαναφέρθηκε, του Adam M. Bandler και του Mark Wasiuta.

Η «ρευστότητα και η υβριδικότητα» της φύσης των τεχνουργημάτων καθόρισε τον τρόπο παρουσίασης τους. Τα έργα τέχνης και τα αντικείμενα μόδας, από τα οποία είχαν αρχικά εμπνευστεί, τοποθετήθηκαν σε έναν κανάβο-πλέγμα κάθετων γραμμών, με τα ενδιάμεσα περιστρεφόμενα τμήματα από μεταλλικές αλυσίδες να «διαγράφουν και να ορίζουν συνεχώς τα όρια» μεταξύ των δίπολων «Τέχνη, Μόδα, Τέχνη και Μόδα, Όχι Τέχνη, Όχι Μόδα». Για πρώτη φορά, η έννοια της μόδας αντιμετωπίστηκε ως αυτό που είναι, ως όψη δηλαδή της «συγχρονικότητας, ως σύνδεση με το Τώρα», υπερβαίνοντας τη γραμμική διάταξη. Ακόμη αγνοήθηκε η τυποποιημένη πληροφόρηση της λεζάντας για την κάθε επιμέρους συλλογή «παίζοντας με την αξία της εγκυρότητας του μουσειακού τοίχου», και αναρτώντας στη θέση της ένθετα από ειδικά δημιουργημένες εκδόσεις αυτόνομων περιοδικών, κάνοντας αναφορά στην ισχυρή σχέση της μόδας με τα Μέσα.

Ο ενεργός ρόλος των επισκεπτών αποτέλεσε και σε αυτή την περίπτωση δομικό στοιχείο της έκθεσης. Η συλλογικότητα εκφράστηκε μέσα από την παράλληλη προβολή του διαδικτυακού πρότζεκτ, «σύγχρονη όλου του κόσμου», στο οποίο άνθρωποι με διαφορετικό υπόβαθρο κλήθηκαν να εκφράσουν σε ταινίες μικρού μήκους τη διαφορετική τους εμπειρία με τη μόδα, μέσα από την εξερεύνηση των εκτιθέμενων αντικειμένων.

⁹² (<http://www.jenny.gr/destefashioncollection-i-texni-sunanta-ti-moda-sto-mouseio-mpenaki/>)



Εικόνα 24. Άποψη της έκθεσης «destefashioncollection 1 to 8», Μουσείο Μπενάκη, 2014

Παρά τις ενθαρρυντικές αυτές κινήσεις που αποτελούν συνάρτηση των διεθνών εξελίξεων, το μέλλον της μόδας στα ελληνικά μουσεία δεν μπορεί να προσδιοριστεί με βεβαιότητα. Η συμπερίληψη της στο μουσειακό περιβάλλον, πάντως, κρίνεται σημαντική, αφού, όπως το έθεσε και η Αργυροπούλου, «η μόδα είναι ένα από τα πεδία που συγκροτούν την εμπειρία της ζωής και ως τέτοιο αφορά τα μουσεία».

Το γεγονός ότι εκθέσεις μόδας, όπως οι «Πτυχώσεις» και η «ΧΡΑΑΤΣ», έφεραν στο Μουσείο Μπενάκη 50.000 και 40.000 επισκέπτες αντίστοιχα (βλ.Παράρτημα), ποσά συγκρίσιμα με μεγάλες εκθέσεις αρχαιολογικού ενδιαφέροντος, όπως αυτής του Ναυαγίου των Αντικυθήρων για παράδειγμα, που έφερε για πρώτη φορά σε ελληνικό μουσείο «εκατοντάδες χιλιάδες» επισκέπτες⁹³, αποδεικνύουν τη δυναμική του θέματος της μόδας ακόμη και σε ένα κοινό που δεν είναι εκπαιδευμένο σε τέτοιες εκθέσεις.

⁹³(http://www.namuseum.gr/museum/pressreleases/2015/VR360_exhibition%20antikythera/index_more.html)

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Η εργασία αυτή επιχείρησε να εξετάσει, μέσα από θεωρητικές πηγές και πρόσφατη αρθρογραφία, το νεοσύστατο όρο της «μουσειολογίας μόδας». Η εξέταση επικεντρώθηκε σε βασικά ζητήματα, όπως τα αίτια για τη μεγάλη δημοφιλία των εκθέσεων μόδας, η επιλογή της μόδας από τα μουσεία ως μια έξυπνη κίνηση μάρκετινγκ, με τη συνεπακόλουθη κριτική για εμπορευματοποίηση και πνευματική υποβάθμισή τους, καθώς και η ιδιομορφία της μουσειακής υπόστασης της μόδας, που συσπειρώνει τα Μέσα και τη βιομηχανία γύρω της και απαιτεί νέους τρόπους αναπαράστασης που να αιχμαλωτίζουν το ζωντανό χαρακτήρα και τη σύνδεση της με το παρόν.

Παράλληλα, ιχνηλατώντας την μεταλλαγή της μουσειολογίας του ενδύματος σε μουσειολογία μόδας, σχολιάστηκε η αντιμετώπιση του ενδύματος ως αντικειμένου μελέτης από την ίδρυση των πρώτων μουσείων σε μεγάλες χώρες της Ευρώπης, στις Η.Π.Α αλλά και ειδικότερα στην ελληνική πραγματικότητα σήμερα. Αν και η ενασχόληση με τη μόδα σε επίπεδο δεξιοτεχνίας κατασκευής και η αντιμετώπιση της αποκλειστικά ως δείκτη πολιτισμικής εξέλιξης και συγκρότησης ταυτότητας, στο πεδίο της ανθρωπολογίας και της εθνογραφίας, σε διεθνές επίπεδο έχει παρέλθει, όπως φάνηκε, στην ελληνική περίπτωση, μόλις, έχει αρχίσει να μεταστρέφεται.

Καθώς η μουσειολογία μόδας αποτελεί αναδυόμενο φαινόμενο, εν εξελίξει, με τις νέες κατευθυντήριες, όπως τον εξειδικευμένο ρόλο του επιμελητή μόδας, να χαράσσονται ακόμα, δεν είναι δυνατόν να οδηγηθούμε σε ένα απόλυτο συμπέρασμα. Η στενότερη εξέταση των ζητημάτων, που προαναφέρθηκαν, μας καλούν να σταθούμε σε ορισμένα σημεία που θα απασχολήσουν όσους εξετάζουν αυτό το φαινόμενο και στο μέλλον.

Η προσπάθεια καθιέρωσης τμημάτων ενδύματος στα μουσεία αποδείχθηκε χρονοβόρα και πολύπαθη, με την επιμέλεια του ενδύματος να φέρει το αρνητικό πρόσημο της υπαγωγής της σε επιπόλαιο ζήτημα, που σχετίζεται με τη γυναικεία φιλαρέσκεια χωρίς ιδιαίτερη ακαδημαϊκή βαρύτητα. Καθώς η μουσειολογία μόδας, με την εκτεταμένη ενασχόληση με το ένδυμα που φέρει, τείνει να αντιστρέψει αυτό

το κλίμα, οφείλει να ισχυροποιήσει τη μελέτη του, διεκδικώντας τη διαφύλαξη της κληρονομιάς της μόδας συνολικά, πέρα από την προσωρινή εμπειρία θεάματος και την λειτουργία «image-making» που της αποδίδονται. Μουσειακοί θεσμοί, που χρωστούν την αυτονομία τους σε εκδηλώσεις μόδας και εκθέσεις που εμπλέκουν τη βιομηχανία, όπως το Ινστιτούτο Ενδύματος του Μητροπολιτικού Μουσείου της Νέας Υόρκης, οφείλουν με τη σειρά τους να επινοήσουν τρόπους για να διασωθούν λιγότερο προβεβλημένες αλλά εξίσου σημαντικές συλλογές ενδυμάτων σε μικρότερα υποχρηματοδοτούμενα μουσεία.

Οι εκθέσεις μόδας, αν και συντελούν στο να επαναπροσδιοριστούν τα μουσεία ως τόποι συνάντησης του σύγχρονου τρόπου ζωής, αποτελώντας πόλους έλξης διαφορετικών κοινωνικών ομάδων, δεν συνιστούν μια μαγική φόρμουλα επιτυχίας και οικονομικής ευμάρειας. Η ορατότητα των μουσείων και η κάλυψη των εκθέσεων αυτών από τα Μέσα μπορεί να συντηρηθεί μόνο μέσα από την εξερεύνηση νέων, διεισδυτικών τρόπων θεώρησης της μόδας από τους επιμελητές της, παρέχοντας ένα στέρεο θεωρητικό υπόβαθρο.

Διαφορετικά, η προσκόλληση στην τετριμμένη, μονοθεματική έκθεση-αφιέρωμα σε έναν σχεδιαστή είτε θα ξεπεραστεί ως μια ακόμη τάση, είτε θα εξισώσει την εικόνα του μουσείου με αυτή μιας εφήμερης βιτρίνας πολυκαταστήματος. Τα μουσεία καλούνται να βρουν μια χρυσή τομή, αξιοποιώντας το αίσθημα οικειότητας που φέρει το θέμα της μόδας για την πλειονότητα των επισκεπτών, επιλέγοντας όμως να δημιουργήσουν εκθέσεις μόδας με γνώμονα την ακαδημαϊκή έρευνα και μακριά από τους φρενήρεις ρυθμούς, που θυμίζουν την παραγωγή της βιομηχανίας της μόδας.

Σημαντικά θέματα που τελούν ακόμη υπό εξέταση αποτελούν οι αιτιάσεις για επιλογή των προβαλλόμενων σχεδιαστών από τους επιμελητές όχι για τη διαχρονική συνεισφορά τους στη μόδα αλλά για την απήχηση που αυτοί έχουν στο παρόν, αλλά και οι δημογραφικές αναλύσεις, που σχετίζουν τις νέες κοινωνικές ομάδες αυτών των εκθέσεων αποκλειστικά με άτομα των ανώτερων κοινωνικών στρωμάτων, ανακινώντας το πρόβλημα του ελιτισμού.

Σε κάθε περίπτωση, το αντικείμενο της μόδας αποτελεί σημαντικό κομμάτι της καθημερινότητας και η διερεύνησή του δεν μπορεί να αγνοηθεί από τα μουσεία. Η θεματική της μόδας, μαζί με τα νέα μέσα και τις διαδραστικές εφαρμογές αποτελεί μια επιλογή ανάμεσα στις πολλαπλές διαδρομές αφήγησης, που προσφέρουν πλέον τα μουσεία στην προσπάθειά τους να διατηρήσουν το ενδιαφέρον και τη συμμετοχικότητα του κοινού. Η μουσειολογία μόδας, όπως κάθε νέο φαινόμενο, φέρει δυνατότητες αλλά και προκλήσεις, που αν αντιμετωπιστούν σωστά, μπορούν να συνεισφέρουν μακροπρόθεσμα σε αυτή την προσπάθεια επικαιροποίησης των μουσείων.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνόγλωσση

- Ασδραχάς, Γ. (2010). *Ενδύεσθαι: Μια βόλτα στο... ντεφιλέ του Μουσείου Μπενάκη* Διαθέσιμο στο <http://www.in2life.gr/culture/art/article/181859/endyesthai-mia-volta-sto-ntefile-toy-moyseioy-mpenakh.html> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)
- Παπαντωνίου, Ι. (2004). “Εισαγωγή”, στο Παπαντωνίου, Ι. (επιμ.), *Πτυχώσεις: Από το αρχαίο ελληνικό ένδυμα στη μόδα του 21ου αιώνα*, Αθήνα, Οργανισμός Προβολής Ελληνικού Πολιτισμού Α.Ε.
- Τουλάτου, Ι.Μ. (2014). *Ιωάννα Παπαντωνίου: Οι Ελληνίδες μέσα από τα νυφικά τους* Διαθέσιμο στο <http://www.tovima.gr/culture/article/?aid=557862> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)
- Μπλάτσιου, Ν. (2010). «Ενδύεσθαι» στον χρόνο και στον χώρο Διαθέσιμο στο <http://www.kathimerini.gr/389156/article/politismos/arxeio-politismoy/endyes8ai-ston-xrono-kai-ston-xwro> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)

Ξενόγλωσση

- Anderson, F. (2000). *Museums as Fashion Media* στο, Bruzzi, S. & Church-Gibson, P. (επιμ.), *Fashion Cultures: Theories, Explorations and Analysis*, London, Routledge, pp.371-389
- Barnard, M. (2014). *Fashion Theory: An Introduction*, London, Routledge
- Barry, C. (2016). *Florence Exhibits Examine the Art-Fashion Dynamic* Διαθέσιμο στο <http://www.businessoffashion.com/articles/news-analysis/florence-exhibits-examine-the-art-fashion-dynamic> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)
- Belk, R.W. (1995). *Collecting in a Consumer Society*, London, Routledge
- Blanchard, T. (2015). *Forget fashion shops: how designers embraced art exhibitions* Διαθέσιμο στο

<http://www.theguardian.com/fashion/2015/sep/19/why-fashion-houses-are-staging-their-own-exhibitions> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)

- Boehm, M. (2012). *Metropolitan Museum Fashion Exhibition Outdraws Art Blockbuster*. Διαθέσιμο στο <http://articles.latimes.com/2012/sep/14/entertainment/la-et-cm-metropolitan-museum-fashion-exhibition-outdraws-art-blockbuster-20120914> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)
- Bolton, A. (2007). “*Viktor & Rolf*” στο Welters, L. and Lillethun, A. (επιμ.), *The Fashion Reader*, Oxford, Berg Publications, 270-271
- Beward, C. (2003). *Shock of the Frock* Διαθέσιμο στο <http://www.theguardian.com/artanddesign/2003/oct/18/art.museums> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)
- Beward, C. (2008). Between the Museum and the Academy: Fashion Research and its Constituencies, *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, 12, 1, 83-94
- Buckley, C and Clark, H. (2016). “*In Search of the Everyday: Museums, Collections, and Representations of Fashion in London and New York*”, στο Jenss, H. (επιμ.), *Fashion Studies*, London, Bloomsbury, 25-41
- Buick, N. (2012). *Framing Fashion Curation: A theoretical, historical and practical perspective*. Doctoral Thesis, Brisbane, Queensland University of Technology
- Camhi, L. (2015). *From Chanel to Valentino, a First Look at the Dresses in the Met’s “China: Through the Looking Glass”* Διαθέσιμο στο <http://www.vogue.com/13253748/china-through-the-looking-glass-met-gala-2015/> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)
- Clark, J and De la Haye, A. (2014). *Exhibiting Fashion Before and After 1971*, London, Yale University Press
- Crane, D. (2000). *Fashion And Its Social Agendas*, Chicago, The University of Chicago Press

- Crawley, G. and Barbieri, D. (2013). “*Dress, Time and Space: Expanding the Field through Exhibition Making*”, στο Black, S. and De la Haye, A. and Entwistle, J. and Rocamora, A. and Root. R.A & Thomas, H. (επιμ.), *The Handbook of Fashion Studies*, London, Bloomsbury, 44-60
- De la Haye, A. (1996). “*Traveller’s Boots, Body-Moulding, Rubber Fetish Clothes: Making Histories of Sub-cultures*”, στο Kavanagh, G. (επιμ.), *Making Histories in Museums*, London , Leicester University Press, 143-151
- De la Haye, A. (2010). “*Introduction: Dress and Fashion in the Context of the Museum*”, στο Eicher, J.B. (επιμ.) *The Encyclopedia of World Dress and Fashion*, 10, London , Bloomsbury, 285-287
- Emmrich, S (2015). *A Frick Reversal Wins Over Carolina Herrera* Διαθέσιμο στο <http://www.nytimes.com/interactive/projects/cp/inside-fashion-week/spring-2016/carolina-herrera-at-the-frick> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)
- Freeman, H. (2011). *Alexander McQueen Exhibition becomes New York’s latest Blockbuster*. Διαθέσιμο στο <http://www.theguardian.com/lifeandstyle/2011/aug/09/alexander-mcqueen-exhibition-new-york> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)
- Friedman, V. (2015). *Exhibition on China and Fashion Proves Golden for Met* Διαθέσιμο στο http://www.nytimes.com/2015/08/30/fashion/nyc-museum-met-exhibition-china-and-fashion-proves-golden.html?_r=1 (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)
- Fukai, A. (2002). *Fashion: The Collection of the Kyoto Costume Institute: A History from the 18th to the 20th Century*, Köln, Taschen
- Fukai, A. (2010). “*Dress and Fashion Museums*”, στο Eicher, J.B (επιμ.) *The Encyclopedia of World Dress and Fashion*, 10, London, Bloomsbury, 288-294
- Harden, R. (2014). “*From Museum Of Costume To Fashion Museum: The Case Of The Fashion Museum In Bath*”, στο Melchior, R.M and Svensson, B. (επιμ.), *Fashion and Museums, Theory and Practice*, London, Bloomsbury, 127-138
- Heller, N. (2016). *The Man Who’s Breaking Records—And Boundaries—at the Metropolitan Museum of Art’s Costume Institute* Διαθέσιμο στο

- <http://www.vogue.com/13422072/met-gala-2016-andrew-bolton-curator-costume-institute-fashion-technology/> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)
- Holt, E. (2012). *Haute Solo: Tilda Swinton in "The Impossible Wardrobe"* Διαθέσιμο στο <http://www.vogue.com/868511/haute-solo-tilda-swinton-in-the-impossible-wardrobe/> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)
 - Horsley, J. (2015). A Fashion "Muséographie": The Delineation of Innovative Presentation Modes at ModeMuseum, Antwerp *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, 19, 1, 43-66
 - Horyn, C. (2000). *The Met Cancels Exhibition on Chanel* Διαθέσιμο στο <http://www.nytimes.com/2000/05/20/nyregion/the-met-cancels-exhibit-on-chanel.html> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)
 - Khan, N. (2000). "Catwalk Politics" στο Bruzzi, S. and Church-Gibson, P. (επιμ.), *Fashion Cultures: Theories, Explorations and Analysis*, London, Routledge, 114-127
 - Koda, H. & Martin, R. (1993). *Diana Vreeland: Immoderate Style*, New York, The Metropolitan Museum of Art
 - Koda, H. & Glasscock, J. (2014). "The Costume Institute at the Metropolitan Museum of Art: An Evolving History", στο Melchior, R.M and Svensson, B. (επιμ.), *Fashion and Museums, Theory and Practice*, London, Bloomsbury, 21-32
 - Lau, S. (2015). *Riccardo and Marina open up about last night's Givenchy show* Διαθέσιμο στο <http://www.dazeddigital.com/fashion/article/26367/1/celebrating-the-power-of-love-with-riccardo-tisci> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)
 - Lee, A. (2000). *Art for Armani's Sake* Διαθέσιμο στο <http://www.salon.com/2000/10/18/armani/> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)
 - McNeil, P. (2008) We're not in the Fashion Business: Fashion in the Museum and the Academy, *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, 12, 1, 65-82

- Melchior, R.M (2011). *Fashion Museology: Identifying and Contesting Fashion in Museums* Διαθέσιμο στο http://www.inter-disciplinary.net/wp-content/uploads/2011/08/Oxford_fashion_exploring_critical_issues_PAPER_MarieRiegelsMelchior.pdf (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)
- Melchior, R.M and Svensson, B. (2014). *Fashion and Museums, Theory and Practice*, London, Bloomsbury
- Menkes, S. (2011a). *Gone global: Fashion as Art? Is Fashion Really Museum Art?* Διαθέσιμο στο <http://mobile.nytimes.com/2011/07/05/fashion/is-fashion-really-museum-art.html?referer=> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)
- Menkes, S. (2011b). *Madame Grès as Sculptor* Διαθέσιμο στο http://www.nytimes.com/2011/04/19/fashion/19iht-fgres19.html?_r=0 (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)
- Menkes, S. (2011c). *Gaultier's Talking Heads Astound* Διαθέσιμο στο http://www.nytimes.com/2011/06/18/fashion/18iht-rjpg18.html?_r=0 (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)
- Menkes, S. (2015). *Azzedine Alaïa's Soft Sculptures* Διαθέσιμο στο <http://www.vogue.co.uk/suzy-menkes/2015/07/azzedine-alaias-soft-sculptures> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)
- Menkes, S. (2016). *Pierre Bergé: Sorcerer of Yves Saint Laurent* Διαθέσιμο στο <http://www.vogue.co.uk/suzy-menkes/2016/02/suzy-meets-pierre-berge-and-reviews-ysl-by-hedi-slimane> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)
- Mida, I. & Kim, A. (2015). *The Dress Detective: A Practical Guide To Object-Based Research in Fashion*, London, Bloomsbury
- Miligan, L. (2015). *Night At The Museum* Διαθέσιμο στο <http://www.vogue.co.uk/news/2015/07/03/alexander-mcqueen-exhibition-va-opening-all-night-tickets> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)
- Palmer, A. (2008). Untouchable: Creating Desire and Knowledge in Museum Costume and Textile Exhibitions, *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, 12, 1, 31-63

- Pecorari, M. (2014). “*Contemporary Fashion History in Museums*”, στο Melchior, R.M and Svensson, B. (επιμ.) , *Fashion and Museums, Theory and Practice*, London, Bloomsbury, 46-60
- Petrov, J. (2012). Cross-Purposes: Museum Display and Material Culture, *CrossCurrents*, 62, 2, 219-234
- Petrov, J. (2014). “*Gender Considerations In Fashion History Exhibitions*”, στο Melchior, R.M and Svensson, B. (επιμ.) , *Fashion and Museums, Theory and Practice*, London, Bloomsbury, 77-90
- Potvin, J. (2012). *Fashion and the Art Museum: When Giorgio Armani went to the Guggenheim*, *Journal of Curatorial Studies* 1, 1, 47-63
- Qureshi, A. (2015). 'Alexander McQueen: Savage Beauty' Lands in London Διαθέσιμο στο <http://fashionista.com/2015/03/savage-beauty-victoria-albert-museum> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)
- Rectanus, M.W. (2002). *Culture Incorporated: Museums, Artists, And Corporate Sponsorships*, Minneapolis, University of Minnesota Press
- Schwartz, J.D. (2012). *Curatorial Practices in Museums Housing Fashion and Dress Collections in the United States and the United Kingdom*. Master Thesis. Georgia, The University of Georgia
- Silverman, D. (2007). “*Selling Culture: Bloomingdale’s, Diana Vreeland and the New Aristocracy of Taste in Reagan’s America*”, στο Welters, L. and Lillethun, A. (επιμ.) , *The Fashion Reader*, Oxford, Berg Publications, 305-307
- Smith, R. (2000). *ART/ARCHITECTURE; Memo to Art Museums: Don't Give Up on Art* Διαθέσιμο στο <http://www.nytimes.com/2000/12/03/arts/art-architecture-memo-to-art-museums-don-t-give-up-on-art.html?pagewanted=all> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)
- Spedding, E. (2016). *Met Gala: How the stars get ready for the trickiest red carpet in the world* Διαθέσιμο στο <http://www.telegraph.co.uk/fashion/events/met-gala-how-the-stars-get-ready-for-the-trickiest-red-carpet-in/> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)
- Stansfield, T. (2015). *Savage Beauty is the V&A's most popular paid show ever* Διαθέσιμο στο

- <http://www.dazeddigital.com/fashion/article/25751/1/savage-beauty-is-the-uks-most-popular-paid-exhibition-ever> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)
- Stansfield, T. (2016). *Marc Jacobs pens tribute to Yayoi Kusama* Διαθέσιμο στο <http://www.dazeddigital.com/fashion/article/30855/1/marc-jacobs-pens-tribute-to-yayoi-kusama> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)
 - Steele, V. (1998). A Museum of Fashion is more than a clothes bag, *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, 2, 4, 327-335
 - Steele, V. (2008). Museum Quality: The Rise of the Fashion Exhibition, *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, 12, 1, 7-30
 - Sudjic, D. (2009). *The language of things*, London, Penguin Books
 - Sudjic, D. (2001). *Is the future of art in their hands?* Διαθέσιμο στο http://www.theguardian.com/theobserver/2001/oct/14/2?CMP=share_btn_ink (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)
 - Taylor, L. (1998). Doing the Laundry? A Reassessment of Object-based Dress History, *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, 2, 4, 337-358
 - Taylor, L. (2002). *The Study of Dress History*, Manchester, Manchester University Press
 - Taylor, L. (2004). *Establishing Dress History*, Manchester, Manchester University Press
 - Taylor, M. (2005). Culture Transition: Fashion's Cultural Dialogue between Commerce and Art, *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, 9, 4, 445-459
 - Taylor, L. (2013). "Fashion and Dress History: Theoretical and Methodological Approaches", στο Black, S. and De la Haye, A. and Entwistle, J. and Rocamora, A. and Root. R.A & Thomas, H. (επιμ.), *The Handbook of Fashion Studies*, London, Bloomsbury, 23-43
 - Teunissen, J. (2014). "Understanding Fashion through the Museum", στο Melchior, R.M and Svensson, B. (επιμ.), *Fashion and Museums, Theory and Practice*, London, Bloomsbury, 33-45
 - Troy, N.J. (2003). *Couture Culture: A Study in Modern Art and Fashion*, Massachusetts, Massachusetts Institute of Technology

- Van Zanten, V. (2015). *Midnight at the Met: Your Last Chance to Visit "China: Through the Looking Glass"* Διαθέσιμο στο http://www.vogue.com/13330995/metropolitan-museum-costume-institute-china-through-the-looking-glass/?mbid=social_facebook (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)
- Voight, R (2015). *Azzedine Alaïa's Sculptural Couture at Galleria Borghese A look inside the exhibition* Διαθέσιμο στο <http://www.wmagazine.com/fashion/2015/07/azzedine-alaia-sculptural-couture/photos/> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)
- Wilcox, C. (2001). "Introduction 'I Try Not To Fear Radical Things'", στο Wilcox, C. (επιμ.), *Radical Fashion*, London, V&A Publications

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

- *Alexander McQueen: Savage Beauty is most popular show in V&A's history* Διαθέσιμο στο <http://www.theguardian.com/fashion/2015/aug/03/alexander-mcqueen-show-savage-beauty-most-popular-victoria-and-albert-history> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)
- *Atribute to Exhibitions* Διαθέσιμο στο <http://atribute.armani.com/us/atribute-to-exhibitions/> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)
- *Blog.mode:addressing fashion* Διαθέσιμο στο <http://www.metmuseum.org/exhibitions/listings/2007/blogmode> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)
- *Cabinet Stories – a new Centre for Fashion Curation and LCF Social Responsibility project* Διαθέσιμο στο http://blogs.arts.ac.uk/fashion/2016/02/23/cabinet-stories-new-centre-fashion-curation-lcf-social-responsibility-project/?_ga=1.78917908.1439106851.1457995773

(τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)

- *Chanel Mobile Art* Διαθέσιμο στο http://www.chanel-mobileart.com/?lang=en_eu (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)
- Γιάννης Μετζικώφ, Θεατρικά Ενδύματα και Προσωπεία, από τη Σκηνή στο Μουσείο Διαθέσιμο στο <http://www.nationalgallery.gr/site/content.php?artid=342> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)
- *Γράψε Ιστορία για τη Μόδα...Κυριολεκτικά!* Διαθέσιμο στο <http://beausillage.com/grapse-istoria-gia-ti-moda-kiriolektika/> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)
- *Curate Award Fondazione Prada* Διαθέσιμο στο <http://www.curateaward.org/> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)
- *Έκθεση ARRRGH! Τέρατα και σημεία στη μόδα* Διαθέσιμο στο <http://www.ifa.gr/index.php/fr/culture-et-image/expositions/757--arrrrgh-xposition-arrrrgh-monstres-dans-la-mode-> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)
- *Deste Fashion Collection: Η τέχνη συναντά τη μόδα στο Μουσείο Μπενάκη* Διαθέσιμο στο <http://www.jenny.gr/destefashioncollection-i-texni-sunanta-ti-moda-sto-mouseio-mpenaki/> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)
- *Ελληνική Εταιρεία Ενδυμασιολογίας Αρχική* Διαθέσιμο στο <http://www.costume.gr/index.html> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)
- *Ελληνική Εταιρεία Ενδυμασιολογίας Ενδυματολογικά* Διαθέσιμο στο <http://www.costume.gr/ekdoseis.html> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)
- *ΕΝΔΥΕΣΘΑΙ Για ένα Μουσείο Πολιτισμού του Ενδύματος* Διαθέσιμο στο <http://www.benaki.gr/index.asp?lang=gr&id=202010001&sid=843> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)
- *Exploring Savage Beauty out of hours* Διαθέσιμο στο <http://www.dazeddigital.com/fashion/article/24853/1/exploring-savage-beauty-out-of-hours-instagram-mcqueen> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)

- *The Hugo Boss Prize, 1996* Διαθέσιμο στο https://archive.org/stream/hugobosgugg/hugobosgugg_djvu.txt (τελευταία πρόσβαση:20/5/2016)
- *Το ΠΛΙ Ιστορικό* Διαθέσιμο στο <http://www.pli.gr/el/content/ιστορικό> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)
- *Wedding Gowns – Palácio do Cadaval* Διαθέσιμο στο <https://cityguidelisbon.com/2015/07/28/wedding-gowns-palacio-do-cadaval/> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)
- *ΧΡΟΝΟΛΟΓΙΟ ΠΛΙ* Διαθέσιμο στο <http://www.pli.gr/el/content/χρονολόγιο-πλι> (τελευταία προσπέλαση:20/5/2016)

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Απομαγνητοφώνηση συνέντευξης του καλλιτεχνικού διευθυντή της Atopos, Βασίλη Ζηδιανάκη

1. Πώς αντιμετωπίζει ο θεσμός του μουσείου στην Ελλάδα τις εκθέσεις σύγχρονης μόδας;

Εκθέσεις Ενδύματος στην Ελλάδα, στην Αθήνα έχουν γίνει στο Μουσείο Μπενάκη εδώ και μία δεκαπενταετία σχεδόν..

Ελπίζω να μην κάνω λάθος γιατί δεν έχω αυτή τη στιγμή όλα τα δεδομένα, αλλά, ουσιαστικά, οι μεγάλες εκθέσεις σύγχρονης μόδας έχουν γίνει από το Μουσείο Μπενάκη, στο Μουσείο Μπενάκη, συγνώμη, από είναι άλλο πράγμα, στο Μουσείο Μπενάκη, και έχουν οργανωθεί από ανεξάρτητους φορείς από το Μουσείο.

Καταλαβαίνετε τη διαφορά, ουσιαστικά το Μουσείο Μπενάκη δεν έχει οργανώσει μια μεγάλη έκθεση μόδας, έχει συν-διοργανώσει, έχει συν-επιμεληθεί αλλά είναι άλλοι οι φορείς οι οποίοι έχουν παρουσιάσει τις εκθέσεις τους στο Μουσείο Μπενάκη.

Απ'αυτούς είναι το Πελοποννησιακό Λαογραφικό Ίδρυμα, η Atopos (Contemporary Visual Culture), το ΔΕΣΤΕ με τη fashion συλλογή του.. Δε νομίζω ότι υπάρχει κάποιος άλλος.

Το ένδυμα είναι θέμα καινούριο τόσο σαν μελέτη επιστημονική όσο και σαν έκθεση υλικού από συγκεκριμένες συλλογές όσο και από συγκεκριμένους σχεδιαστές, είναι κάτι καινούριο σχετικά από τη δεκαετία του '80 και μετά θα έλεγα εγώ με '90 σχεδόν, έχουν ξεκινήσει εκθέσεις και μάλιστα ήταν πάντα ενδύματος, δηλαδή ήταν ακόμη ενοχοποιημένη η σύγχρονη μόδα του καιρού της, δηλαδή δεν έδειχνε ένα μουσείο τη μόδα του καιρού της.

Δεν είναι εκπαιδευμένο στην έκθεση μόδας το ελληνικό κοινό, αυτές οι μεγάλες εκθέσεις που έγιναν, οι Πτυχώσεις καταρχήν και μετά η ΧΡΑΤΣ είναι νομίζω οι πιο popular που έφεραν την έννοια της μόδας ή του ενδύματος σε πιο μεγάλα στρώματα ότι δεν αφορούν μόνο τις γυναίκες και τους ομοφυλόφιλους, αφορούν όλο τον κόσμο και δεν αφορούν μόνο τα φύλα , αλλά αφορούν διαφορετικούς ανθρώπους με διαφορετικά ενδιαφέροντα από διαφορετικές πλευρές, δηλαδή και ένας αρχιτέκτονας μπορεί να απολαύσει μια έκθεση μόδας και ένας απλός άνθρωπος και τα λοιπά.. Συνέβη αυτό νομίζω με αυτές τις δύο μεγάλες εκθέσεις, τουλάχιστον στην Ελλάδα.

Οι Πτυχώσεις είχαν 50.000 θεατές και η ΧΡΑΤΣ πρέπει να είχε γύρω στους 40.000, είναι μεγάλα ποσά για κοινό που επισκέφθηκε μία έκθεση σε μουσείο, όχι απλά μια έκθεση μόδας γιατί τα μουσεία, επίσης, δεν έχουν τόσους πολλούς επισκέπτες γενικά στην Ελλάδα. Οπότε από εκεί καταλαβαίνει κανείς ότι είναι popular και το θέμα της μόδας στις δεκαετίες που έγινε δηλαδή το 2004 , ήταν πολύ ειδική έκθεση και είχε σχέση με τις Πτυχώσεις και την Ολυμπιάδα, όλα αυτά παίζουν ρόλο.

- 2. Πόσο σημαντική είναι κατά τη γνώμη σας η χρήση διαδραστικών μέσων στην έκθεση μόδας; Επενδύετε στη δημιουργία μιας συνολικής εμπειρίας για τον επισκέπτη;**

(Στην έκθεση ΧΡΑΑΑΤΣ οι επισκέπτες είχαν τη δυνατότητα να αγγίξουν ένα έκθεμα. Η δυνατότητα αφής, ως μέρος της αισθητηριακής πρόσληψης είναι μία δόκιμη πολιτική για εσάς;)

Το κάναμε αυτό ακριβώς επειδή είμαι αυτής της λογικής και ξέρω ότι όταν οι άνθρωποι βλέπουν ύφασμα ή χαρτί και επειδή η ΧΡΑΑΑΤΣ είναι από χαρτί, θέλουν να πιάσουν. Αυτό είναι καταστροφικό έτσι κι αλλιώς για ενδύματα που είναι μουσειακά, δεν μπορεί να τα πιάσει ο καθένας θα γίνει χαμός οπότε για να ανταποκριθώ σε αυτή την έμφυτη ανάγκη του ανθρώπου που είναι η περιέργεια κυρίως , αλλά είναι και ότι.. Είναι περιέργεια πρώτον.., στην Ελλάδα είναι ακόμα και μία κακομαθημένη συνήθεια δηλαδή του λες του άλλου μην πιάσεις και θα το πιάσει θα κοιτάξει λίγο δεξιά-αριστερά να δει αν έχει καμία κάμερα και θα το πιάσει για να είναι σίγουρος. Ακριβώς επειδή το θέμα της έκθεσης της ΧΡΑΑΑΤΣ

ήταν το χαρτί στο ένδυμα και οι άνθρωποι δεν το πιστεύουν ότι αυτό είναι χαρτί και φοριέται σκέφτηκα και είχα βάλει ένα φόρεμα χάρτινο που ήξερα ότι μετά θα αχρηστευτεί εντελώς δηλαδή θυσίασα ουσιαστικά ένα κομμάτι της συλλογής που ήταν έτσι κι αλλιώς.. ήθελε πολλή δουλειά για να συντηρηθεί γιατί ήταν και παλιό και είχα και κάποια προβλήματα οπότε αποφάσισα ότι αυτό το κομμάτι , υπήρχε και διπλό και τριπλό γιατί αυτά τα φορέματα δεν ήταν μοναδικά, οπότε αποφάσισα να το τοποθετήσω σε ένα τραπέζι επάνω και να γράψουμε «Άγγιξε Με». Ε, φυσικά έγινε κουρέλι μετά, δηλαδή κανονικό κουρέλι, δεν έμεινε τίποτα στο τέλος αλλά προσπαθήσαμε να αγγίξουν μόνο αυτό και να μην αγγίζουν τα πάντα καταρχήν. Να γίνει αυτή η περφόρμανς και αυτό το κάναμε και σε άλλα μουσεία στην Ευρώπη. Οπότε δώσαμε αυτό το στοιχείο που αναζητάτε.

Τα Τέρατα στη Μόδα Ήταν από τις πιο διαδραστικές εκθέσεις που έχουν γίνει διεθνώς και στο Παρίσι επίσης παρουσιάστηκε με πολλά διαδραστικά μέσα ακόμη περισσότερο επειδή το επέτρεπε ο χώρος του μουσείου αλλά και το budget και ο διευθυντής του μουσείου που το κατάλαβε και το ήθελε και γενικά διαδραστικά μέσα δεν είναι μόνο οι οθόνες και τα βίντεο, διαδραστικό μέσο είναι ότι ας πούμε στην ΧΡΑΑΑΤΣ στο Μπενάκη, η Ατοπος είχε μέσα στο χώρο της έκθεσης τραπέζι συντήρησης των ενδυμάτων και συντηρήτρια και ήταν εκεί όλες τις ώρες που η έκθεση ήταν ανοιχτή και συνέχιζε να συντηρεί και να εξηγεί στους ανθρώπους ,που έρχονταν γύρω της, διάφορα θέματα. Αυτό είναι μια διάδραση γιατί δεν έχει ξαναγίνει έκθεση μέσα στην οποία ο συντηρητής να συντηρεί. Αυτό το αποδέχτηκαν αμέσως σαν καινοτομία και τα ξένα μουσεία και έτσι συνεχίσαμε να το κάνουμε στην Αμβέρσα, ας πούμε, η συνεργασία αυτή για τη συντήρηση κάποιων ενδυμάτων από χαρτί έγινε με το ειδικό τμήμα της σχολής συντήρησης του Πανεπιστημίου της Αμβέρσας, δημιουργήσαμε όμως ένα κανονικό εργαστήριο μέσα στην ίδια την έκθεση και οι μαθητές, όταν τελείωσαν τη συντήρησή τους, τη συντήρηση του ενδύματος που τους είχαμε εμείς δώσει να συντηρήσουν από τη δικιά μας συλλογή το παρουσίασαν, ακόμα και η παρουσίαση δηλαδή της ίδιας της εργασίας τους έγινε μέσα στο μουσείο, μέσα στην αίθουσα της έκθεσης.

Με το θέμα της διάδρασης, δημιουργήσαμε πάρα πολλά εργαστήρια μέσα στους χώρους του μουσείου και μέσα στον ίδιο τον χώρο της έκθεσης. Έγιναν εργαστήρια

στο χώρο της έκθεσης για παιδιά και για ενήλικες, οι οποίοι μπορούσαν με διάφορα χάρτινα υλικά και άλλα υλικά σύνδεσης να δημιουργήσουν το δικό τους ένδυμα ή να δημιουργήσουν ένα ένδυμα σε κάποιον άλλον. Οι άνθρωποι έφευγαν ντυμένοι με χαρτί, ας πούμε από το Μουσείο Μπενάκη. Αυτό είναι ένα άλλο είδος διάδρασης, εκτός από τους κλασικούς, που είχαμε και βίντεο υπήρχαν για να δείξεις δουλειές που δεν μπορείς να δείξεις εκατό τοις εκατό με ένα ένδυμα που το τοποθετείς σε μια κούκλα ραπτικής ή το βάζεις μέσα σε ένα συρτάρι, όπως είχαμε κάνει.

Ένα άλλο είδος διάδρασης ήταν ότι φτιάξαμε τα ίδια τα έπιπλα, ας πούμε εντός εισαγωγικών, η σκηνογραφία της έκθεσης ΧΡΑΑΑΤΣ, ήταν μια τεράστια αρχειοθήκη, ήταν σαν να βρισκόταν η συλλογή μέσα στα συρτάρια της, τα οποία ήταν φτιαγμένα και τα ίδια από αντιόξινο χαρτί, όπως πρέπει να είναι στη συντήρησή τους, ακριβώς επειδή δεν είχαμε τόσα χρήματα και για να συντηρήσουμε τη συλλογή μας και για να βρούμε τα συγκεκριμένα αντικείμενα που θέλαμε και να έχουμε το σωστό περιβάλλον. Αλλά και ταυτόχρονα για να εκθέσουμε τη συλλογή αποφασίσαμε και καλέσαμε ένα δίδυμο γάλλων σχεδιαστών, που είχαν κάνει μια έκθεση μόδας στο μουσείο του Παρισιού, είναι πολλοί σύγχρονοι σχεδιαστές αντικειμένων, έχουν το Normal Studio στο Παρίσι, τώρα είναι πολύ γνωστοί. Με αυτούς φτιάξαμε ένα είδος επίπλων, συρταριών μέσα στα οποία τοποθετήσαμε τα ενδύματα και έτσι κάναμε ενός είδους διάδραση να αλλάξουμε τα εκθέματα.

Δηλαδή εγώ πήγαινα κάθε Πέμπτη μαζί με τους βοηθούς μου, έβγαζα ένα συρτάρι και το έβαζα πάνω στο τραπέζι που δείχναμε, μετά έβαζα ένα άλλο. Με τον ίδιο τρόπο, ήταν σαν να ήμασταν μια ομάδα, η ομάδα της Ατοπος, που έκανε την έρευνά της και που γνώριζε το αντικείμενο ήταν σαν να υποδεχόμασταν τον κόσμο σε ένα τέτοιο περιβάλλον, στο οποίο τα εκθέματα άλλαζαν διαρκώς.

Επίσης το κοινό μπορούσε να ανοίξει μόνο του τα συρτάρια και να δει άλλα επιπλέον εκθέματα που δεν βρίσκονταν σε πρώτο επίπεδο. Αυτά είναι τρόποι διάδρασης, οι οποίοι είναι πολύ πρωτοποριακοί και για την Ελλάδα έγιναν πρώτη φορά αλλά και για το εξωτερικό. Έδωσαν τη γενική κατεύθυνση της έκθεσης και την έκαναν πάρα πολύ σύγχρονη. Προς μια άποψη που θεωρεί ότι η έκθεση είναι ολικό

έργο τέχνης δεν είναι απλώς η έκθεση άλλων έργων τέχνης, είναι η ίδια ένα αυτούσιο και αυτόνομο έργο τέχνης. Για να επιτευχθεί αυτό πρέπει να γίνει μια ολόκληρη σκηνοθεσία ουσιαστικά μέσα στην οποία, έχεις σκεφτεί το παραμικρό και έχεις σκεφτεί επίσης τον τρόπο με τον οποίο το κοινό θα απολαύσει την ίδια την έκθεση, θα δει από διαφορετικές πλευρές, θα πιάσει αντικείμενα, όπως είχαμε πει το κάναμε κι αυτό, θα διαβάσει βιβλία που είχαμε ένα τραπέζι ολόκληρο με όλα τα βιβλία, που αφορούσαν το συγκεκριμένο θέμα, ήταν σαν ένα live εργαστήριο.

Όσον αφορά τη διάδραση και την άποψη του ολικού έργου τέχνης, που σας λέω ότι πρεσβεύω σε σχέση με τα Τέρατα στη Μόδα, εκεί υπήρξε μια απόφαση εξαρχής που ήταν η εξής: Όχι podium, όχι δηλαδή το έργο τέχνης σε ένα βάθρο. Όλα τα κοστούμια τοποθετήθηκαν στο ίδιο ύψος με το κοινό και έγινε μια διάσπαση των κοστούμιών μέσα στο χώρο τέτοια ώστε, τη στιγμή που το κοινό έμπαινε, αντίκριζε ένα πλήθος από τέρατα, γιατί φορούσαν και μάσκες και γι' αυτό τα είχα επιλέξει όλα αυτά, ήταν σαν ένα πλήθος που προσπαθούσε να βγει από την αίθουσα.

Γι' αυτό και ουσιαστικά φτιάξαμε τοίχους που τους γκρεμίσαμε μετά και τρύπες μέσα στους γκρεμισμένους τοίχους για να φαίνεται ότι αυτά τα τέρατα είναι σαν να διαφεύγουν, ας πούμε από το χώρο, που τα είχαν κλεισμένα, καθώς το κοινό έμπαινε λοιπόν, ερχόταν αντιμέτωπο με αυτά στο ίδιο ακριβώς επίπεδο και αυτό που επιθυμούσα ήταν η ταύτιση με το έργο τέχνης και με αυτή την αμφίεση, με αυτό το πρόσωπο ας πούμε, το χαρακτήρα που έβλεπες απέναντι, με τον οποίο μπορούσες πολύ πιο εύκολα να ταυτιστείς να σε φοβίσει να τον αγαπήσεις, να σου αρέσει ή όχι, ακριβώς επειδή ήταν πια στο ίδιο επίπεδο. Η ερώτησή μου για αυτή την έκθεση δεν ήταν μια ερώτηση μόδας, ήταν φιλοσοφική. Αν μπορούμε να δεχτούμε τον άλλον, όπως είναι ακόμα κι αν είναι τόσο διαφορετικός. Και αυτό συνέβη και στο Παρίσι, όταν μας κάλεσαν να κάνουμε την έκθεση στη La Gaîté Lyrique. Εκεί έγιναν και άλλα διαδραστικά παιχνίδια, που δημιούργησαν την ατμόσφαιρα της έκθεσης. Ξεβιδώσαμε όλα τα φώτα της οροφής και προσθέσαμε άλλα τουλάχιστον 200 φώτα, τα οποία έμοιαζαν σαν να είναι από παντού πεσμένα, σπάσαμε και ξαναφτιάξαμε και εκεί τοίχους, φτιάξαμε ένα μαύρο δωμάτιο, όλα αυτά μέσα σε μια σκηνοθεσία ουσιαστικά για να μπορεί το κοινό να δει την έκθεση σαν ένα ολικό έργο τέχνης. Δημιουργήσαμε ένα συγκεκριμένο ηχητικό και

φωτιστικό έργο, έμπαινες μέσα στην έκθεση και κάποια στιγμή τα φώτα σιγά-σιγά άρχισαν να σβήνουν, ξαφνικά έσβησαν εντελώς, άκουγες κραυγές. Ο ήχος μουσικής ήταν ένα ηλεκτρονικό έργο, που είχε φτιαχτεί με έναν καλλιτέχνη, ώστε να μην είναι ποτέ το ίδιο και να μην είναι μια επαναλαμβανόμενη μπάντα αλλά ήταν με δεδομένα μέσα σε ένα πρόγραμμα ηλεκτρονικό ώστε να αλλάζει.

Όλα αυτά ήταν διαδράσεις μέσα σε μια έκθεση μόδας. Πολύ σπάνια έχουν γίνει τέτοιες εκθέσεις. Υπήρχε ένα έκθεμα που ήταν ένα ένδυμα μιας σχεδιάστριας από τη σχολή της Αμβέρσας, το οποίο ένδυμα είναι από καουτσούκ και είναι μια τεράστια νεκροκεφαλή μόνο. Αυτό το ένδυμα, ουσιαστικά, όταν είχε παρουσιαστεί, ενώ παρουσιάστηκε το ένδυμα φουσκωμένο σε ένα τεράστιο μπαλόνι νεκροκεφαλή και μέσα είναι άνθρωπος, που βγαίνει το κεφάλι του πάνω από αυτόν τον ώμο. Και όλη η τρέλα αυτού του ενδύματος είναι ότι όταν φτάνει μπροστά στο κοινό την ώρα που κάνει την επίδειξη ανοίγει την κάψουλα, οπότε σιγά-σιγά ξεφουσκώνει. Λοιπόν, εγώ ήθελα πάρα πολύ να δείξω αυτό το έργο και μετά σκέφτηκα με ποιο τρόπο μπορεί να γίνει ακόμη πιο εντυπωσιακό και διαδραστικό γιατί δεν μπορώ να φουσκώνω και να ξεφουσκώνω με το στόμα. Ή θα το άφηνα φουσκωμένο ή θα το άφηνα ξεφουσκωμένο σε μια έκθεση.

Εγώ σκέφτηκα να φτιάξουμε μια μηχανή και ζήτησα από τη σχεδιάστρια να επιμεληθεί ένα μηχανήμα, με το οποίο κάθε είκοσι λεπτά το φόρεμα αυτό φούσκωνε, έβλεπες κανονικά ολόκληρη τη φόρμα του φορέματος και μετά ξεφούσκωνε. Αυτό ήταν ακόμη ένα διαδραστικό κομμάτι της έκθεσης. Οπότε, όταν κάποια στιγμή συνέβαινε αυτό το κομμάτι της έκθεσης ο κόσμος πήγαινε προς τα εκεί. Τελείωνε αυτό αλλά ταυτόχρονα τα φώτα άρχιζαν να αναβοσβήνουν κάπου αλλού. Υπήρχε μία σκηνοθεσία. Και πάλι υπήρχε το στοιχείο απουσίας των βάρων και τα εκθέματα ήταν στο ίδιο ύψος με τους ανθρώπους στο ίδιο επίπεδο.

Στην Αθήνα, δε, και στο Παρίσι το κάναμε και στην Ουτρέχτη, γιατί κάθε φορά γίνεται customized η έκθεση δεν είναι η ίδια, επιλέγω και καινούρια κοστούμια και σχεδιαστές μόδας, που έχουν σχέση με την κάθε χώρα και την κάθε πόλη, γίνονται καινούρια commissions, νέες προσθήκες, βρίσκω εκθέματα από τις συλλογές του μουσείου, που μπορεί να είναι ενδιαφέροντα, ώστε να τα βάλω στη θεματική μου.

Στην Αθήνα, λοιπόν, το βράδυ των εγκαινίων είχε γίνει μια εκπληκτική περφόρμανς με τον Charlie le Mindu, υπήρχε ένα ολόκληρο κλουβί εγκατάστασης στη μέση της έκθεσης, μέσα στο οποίο υπήρχαν τρία μοντέλα ζωντανά, που φορούσαν τα κοστούμια του και είχε γίνει μια ολόκληρη σκηνοθεσία και άρχισαν να κινούνται. Ήταν κάποια τέρατα, μια κοπέλα που είχε ένα ζευγάρι από τρία χείλη και τα έβαφε με ένα κραγιόν.. Άρχισαν να κινούνται λοιπόν. Ο κόσμος είχε σχεδόν τρομάξει αλλά και ταυτόχρονα είχε εντυπωσιαστεί γιατί βγήκαν από τη θέση που ήταν σαν αντικείμενα.

Και είχαμε και άλλα τέτοια κοστούμια, οπότε δεν ήξερες από ένα σημείο και μετά ποιο είναι περφόρμανς πραγματική και ποιο είναι κοστούμι της έκθεσης. Συν το ότι πολύ εξτραβαγκάντ άνθρωποι, που πηγαίνουν στα εγκαίνια ήταν ήδη ντυμένοι πολύ ιδιαίτερα, οπότε μπερδεύτηκε ένα πολύ ιδιαίτερο κοινό, που ήταν με περίεργες κουάφ, με περίεργα ρούχα, με τα εκθέματα. Και ταυτόχρονα κάναμε μια ολόκληρη πασαρέλα-ντεφιλέ, το οποίο ήταν ταυτόχρονα manifestation, γιατί ήταν η εποχή που γίνονταν τα επεισόδια στην Αθήνα και όλη η έκθεση ήταν εμπνευσμένη από τον τρόπο της διαδήλωσης. Οι διαδηλωτές ήταν τα τέρατα. Το θέμα του εαυτού, της ομορφιάς, όλο αυτό το βράδυ των εγκαινίων έγινε και με πλακάτ. Έγινε μια πολύ μεγάλη και διαδραστική έκθεση σε όλο το προαύλιο και τους δύο ορόφους.

Σιγά-σιγά, η ανάδυση καινούριων σκέψεων και τάσεων παρότι τα πράγματα είναι δύσκολα στην Ελλάδα δεν υπάρχει ούτε Μουσείο Μοντέρνας Τέχνης, αλλά οι τάσεις βρίσκουν τον τρόπο να βγουν στην επιφάνεια με τον έναν ή τον άλλο τρόπο.

**Γραπτή συνέντευξη της επιμελήτριας της έκθεσης
destefashioncollection 1 to 8, Νάντιας Αργυροπούλου**

1. Οι σύγχρονες επιμελητικές προσεγγίσεις επιχειρούν τη δημιουργία ενός παράλληλου διαλόγου μεταξύ μόδας και τέχνης εντός του μουσειακού πλαισίου. Για το σχεδιαστικό δίδυμο Viktor & Rolf, η μόδα και η τέχνη «κινούνται από μία κοινή παρόρμηση να αναμορφώσουν τις αισθητικές μας αντιλήψεις». Ποιος είναι ο σκοπός του πρότζεκτ *destefashioncollection* ; Κινείται σε αυτή την κατεύθυνση;

ΑΠΑΝΤΗΣΗ:

Το *destefashioncollection* δημιουργήθηκε από το ΔΕΣΤΕ και τον ιδρυτή του και συλλέκτη Δάκη Ιωάννου, ως έρευνα πάνω στον πολυσχιδή χαρακτήρα του 'συλλέγειν'. Πρόκειται δηλαδή για άλλη μια μορφή διαλόγου (συν-λέγω, είναι άλλωστε η ρίζα του όρου) ανάμεσα σε είδη, εκφράσεις, δημιουργικές δομές και ανθρώπους. Στην περίπτωση αυτή επιχειρήθηκε ένας διάλογος με θέμα τη μόδα και τις πιθανές ερμηνείες της, μέσα από συγκεκριμένα αντικείμενα και με την συμβολή καλλιτεχνών από διαφορετικούς χώρους. Κάθε χρόνο ανάμεσα στο 2007 και το 2014 το ΔΕΣΤΕ ανέθετε σε έναν καλλιτέχνη να συγκροτήσει μια 'κάψουλα' : επιλέγοντας 5 αντικείμενα από τον κόσμο της μόδας και τις διεθνείς συλλογές της συγκεκριμένης χρονιάς ειδικότερα και επινοώντας στην συνέχεια ένα έργο ή έργα σε διάλογο με τα αντικείμενα αυτά. Οι δυναμικές σχέσεις και πολλαπλές αναγνώσεις που προκύπτουν από τη διαδικασία αυτή ανοίγουν νέες οπτικές για την κατανόηση της μόδας και της λειτουργίας της. Την δομή του πρότζεκτ δημιούργησαν ο Δάκης Ιωάννου σε συνεργασία με τους Michael Amzalag & Mathias Augustyniak (M/M Paris) καθώς και τον Dennis Freedman.

Το πρότζεκτ παρουσιάστηκε το 2014 στο Μουσείο Μπενάκη, με τον τίτλο "DESTEFASHIONCOLLECTION: 1 έως 8" και συγκέντρωσε το υλικό των οκτώ πρώτων ετών σε επιμέλεια και σχεδιασμό Νάντιας Αργυροπούλου, Adam M. Bandler, Mark Wasiuta.

Τόσο η παρουσίαση αυτή, όσο και το πρότζεκτ το ίδιο στην ουσία και εξέλιξή του, δεν περιορίστηκε σε μια οπτική προσέγγιση ή εννοιολογική θεώρηση γύρω από την σχέση μόδας και τέχνης. Αντιθέτως, η πρωτοτυπία του βρίσκεται στο ότι ανέδειξε τις εντάσεις που δημιουργούνται ανάμεσα στους δύο κόσμους, στις συγγένειες και διαφορές τους και στις πολλές προοπτικές θεάσεις που ανοίγονται από το βίωμα τόσο της τέχνης όσο και της μόδας..

Επιλέγοντας τους συμμετέχοντες καλλιτέχνες το destefashioncollection project λειτούργησε ως ο πρώτος επιμελητικός παράγοντας σε μια αλυσίδα. Στη συνέχεια οι καλλιτέχνες έδρασαν ως επιμελητές σε σχέση με τις επιλογές της κάψουλάς τους. Έτσι καλλιτέχνης και επιμελητής έγιναν ρευστοί λειτουργικοί όροι για τη συλλογή. Αρχιτέκτονες, ποιητές, σκηνοθέτες, ντιζάινερς αλλά και καλλιτέχνες των εικαστικών κλήθηκαν να συμμετάσχουν, εξετάζοντας ο καθένας την αβέβαιη σχέση της μόδας με το ειδικό πεδίο γνώσης και δραστηριοποίησής τους.

2. Πώς παρουσιάζονται τα αντικείμενα μόδας και τέχνης που προκύπτουν από τη σύμπραξη του πρότζεκτ; Επιλέγεται μία εννοιολογική προσέγγιση ή δίνεται έμφαση στην ανάδειξη των αντικειμένων καθαυτών;

ΑΠΑΝΤΗΣΗ:

Ο εκθεσιακός μηχανισμός που επινοήθηκε και σχεδιάστηκε και η επιμελητική πρακτική που βρίσκεται στην βάση του, απέφυγε ακριβώς να παγιώσει, με τρόπο συνήθη σε ανάλογες εκθέσεις, την 'θέση' και 'σχέση' τόσο των αντικειμένων και των έργων όσο και των θεατών σε σχέση με αυτά.

Ένας κάναβος από κάθετα στηρίγματα έφερε τόσο τα έργα των καλλιτεχνών όσο και τα αντικείμενα της μόδας, συνθέτοντας μια αντισυμβατική προσέγγιση παρουσίας. Κινούμενα τμήματα από μεταλλικές αλυσίδες διέγραφαν και ενέγραφαν ξανά, διαδοχικά, τα όρια ανάμεσα στα διαφορετικά αντικείμενα.

Ζωντανεύοντας και πρακτικά διαχωρίζοντας τον χώρο ανάμεσα στην τέχνη και την μόδα, οι επιφάνειες αλυσίδας απεκάλυπταν και εμπόδιζαν την θέαση ενώ

περιστρέφονταν γύρω από μια σειρά από σχέσεις: Τέχνη, Μόδα, Τέχνη και Μόδα, Όχι Τέχνη, Όχι Μόδα.

Ο ιδιαίτερα πρωτότυπος σωματότυπος που χρησιμοποιήθηκε για την μόδα βασίστηκε σε ένα συμβατικό νούμερο (2) από το οποίο δανείστηκε τις κρίσιμες διαστάσεις για τον λαιμό, το στήθος, τους γοφούς και τον καβάλο. Η όλη φιγούρα του μανεκέν περιορίστηκε σε αυτές τις διαστάσεις και μοιράστηκε ανάμεσα σε προσαρμοζόμενα σημεία σύνδεσης. Με αναφορά στις ιδιαίτερες κούκλες της μοδιστρικής αλλά και στις συμβατικές της μαζικής πώλησης, αυτός ο εκθεσιακός εξοπλισμός περιέγραψε το σώμα αιωρούμενος ανάμεσα στην εξαιρετική διαφοροποίηση και την τυποποίηση.

Αναγνωρίζοντας τον δομικό ρόλο των περιοδικών και άλλων έντυπων μέσων στη λειτουργία της τέχνης και της μόδας, καθένα από τα project του *destefashioncollection* περιέλαβε τη δική του έκδοση και παρουσιάστηκε επιπλέον ως αφιέρωμα ή ένθετο σε περιοδικά lifestyle ή ειδικού περιεχομένου. Παίζοντας με την έννοια της 'αξίας διανομής' και την 'εγκυρότητα' του μουσειακού τοίχου, οι εκδόσεις αυτές ήταν τα μόνα στοιχεία της έκθεσης που αναρτήθηκαν στους τοίχους του κτιρίου ενώ επανεμφανίζονταν σε ειδικό χώρο ανάγνωσης μαζί με τις περιοδικές εκδόσεις που κυκλοφόρησαν με αφιερώματα στις επιμελητικές πρακτικές και τις επιλογές κάθε κάψουλας.

Σε ειδική οθόνη μέσα στην έκθεση παρουσιάστηκαν ακόμη, σε συνεχή επανάληψη όλα τα ταινιάκια του "everybody's contemporary" (σύγχρονη όλου του κόσμου), που είχαν δημιουργηθεί έως την έναρξη της έκθεσης.

Το online, συλλογικό, DIY, πειραματικό αυτό project ενεργοποιήθηκε από την έκθεση «DESTEFASHIONCOLLECTION: 1 to 8». Κάθε συμμετέχον μέλος – καθημερινοί άνθρωποι με διαφορετική αντίληψη και εμπειρία της τέχνης, της μόδας, του στυλ, της ζωής και της οπτικής κουλτούρας- δανείστηκαν αντικείμενα από τις οκτώ κάψουλες της έκθεσης και τα αντιμετώπισαν τόσο ως είδη ένδυσης, όσο και ως αινιγματικά τεχνουργήματα. Τα σύντομα, low fi ταινιάκια του project (σε μοντάζ και επιμέλεια δύο εφήβων με ενδιαφέρον για την μόδα, την τέχνη και το ντιζάιν) συγκρότησαν έτσι ένα είδος αλλόκοτης φυλλάδας (gazette), η οποία έπαιξε

πειρακτικά, κριτικά με τις εμμονές της μόδας και τα στερεότυπα της τέχνης και προκάλεσε ερωτήματα γύρω από το στυλ, την ταυτότητα όπως την αντιλαμβανόμαστε στις μεταμορφώσεις της, αλλά και την εμπειρία του χρόνου.

3. Τι ρόλο παίζει η έννοια της χρονικότητας στην έκθεση; Τα αντικείμενα παρουσιάζονται υπό το πρίσμα του παρόντος ή σαν α-χρονικές δημιουργίες;

ΑΠΑΝΤΗΣΗ:

Ίσως για πρώτη φορά μια έκθεση με τέτοιο θέμα ανέτρεψε σε τόσο σημαντικό βαθμό τα στερεότυπα γύρω από τον παρουσίαση της σχέσης μόδας, τέχνης με σχεδιαστικές επιλογές παρουσίασης που επικεντρώθηκαν στην ρευστότητα και υβριδικότητα που βρίσκεται στην ουσία και των δύο. Στην βάση της επιμελητικής προσέγγισης βρέθηκε η ίδια η έννοια της μόδας ως ενός είδους 'εμπειρίας του χρόνου', ή καλύτερα ως μιας όψης 'συγχρονικότητας', δήλωση της σχέσης μας με ένα 'Τώρα' το οποίο γίνεται κατανοητό ως δυναμικό και πολύπλοκο και όχι ως κάτι στατικό σε γραμμική αντίληψη του χρόνου. Όχι μόνο οι εκθεσιακές επιλογές καθαυτές αλλά και η ανάπτυξη του διαδικτυακού πρότζεκτ "everybody's contemporary" («σύγχρονη όλου του κόσμου») δείχνουν προς την κατεύθυνση αυτή. Μια μεγάλη σχετική βιβλιογραφία χρησιμοποιήθηκε επικουρικά στην ανάπτυξη της επιμέλειας της έκθεσης από την οποία μπορεί να επισημανθεί ενδεικτικά η ομιλία του Giorgio Agamben "What is the contemporary", όπως καταγράφεται στο βιβλίο "What is an apparatus and other essays" (Stanford University Press, 2009). "Ο χρόνος της μόδας", σημειώνεται εκεί «παίρνει πάντα την μορφή ενός άπιαστου ορίου ανάμεσα σε ένα 'όχι ακόμα' και ένα 'όχι πια'».

Έτσι, η επιμέλεια της έκθεσης ακολούθησε μια πολυπρισματική τακτική και μια ανάγνωση διαφορετικών χρονικών στιγμών στην σχέση και εναλλαγή τους.

4. Ποια είναι κατά τη γνώμη σας η κριτική προσέγγιση της επιμέλειας της σύγχρονης μόδας, που νομιμοποιεί και την έκθεση της στο μουσειακό περιβάλλον;

ΑΠΑΝΤΗΣΗ:

Κατά την γνώμη μου τα μουσεία έχουν νόημα μόνο ως δυναμικοί, πρωτοπόροι δημιουργοί συνδέσεων ανάμεσα στις διαφορετικές μορφές της γνώσης και της δημιουργίας. Η μόδα είναι ένα από τα πεδία που συγκροτούν την εμπειρία της ζωής και ως τέτοιο αφορά τα μουσεία. Βρίσκεται στην δυνατότητά τους να προτείνουν, μέσα από επιμελητικές οπτικές ανήσυχες, ερευνητικές, αναπάντεχες τις πιο ριζοσπαστικές και αναγκαίες προσεγγίσεις.

5. Πώς βλέπετε την αντιμετώπιση της σύγχρονης μόδας στο μουσειακό περιβάλλον στην Ελλάδα; Γίνονται ουσιαστικές προσπάθειες για την ένταξη της σε αυτό;

ΑΠΑΝΤΗΣΗ:

Δεν νομίζω ότι γίνονται επίσημες συστηματικές προσπάθειες σε εθνικό τουλάχιστον επίπεδο και με εμβέλεια μακρόπνοου πολιτιστικού σχεδιασμού. Υπάρχουν ευτυχείς περιπτώσεις και ικανοί άνθρωποι ή φορείς (ιδιωτικοί ή και μικτοί) που συμμετέχουν σε διεθνή φόρα, παρακολουθούν, γνωρίζουν και προτείνουν. Χρειάζεται πραγματική γνώση εκ μέρους των ειδικών και συστηματική εκπαίδευση του κοινού για να ξεπεραστούν αρκετά από τα γελοία κλισέ που υπάρχουν γύρω από τη μόδα στην χώρα μας και να αποκτήσει έτσι θεσμική παρουσία διαρκείας και ουσίας.

Νάντια Αργυροπούλου

επιμελήτρια - θεωρητικός τέχνης

15.5.2016

