
TEA KANTOCI □ Zagreb

Položaj mode u muzeju

U 21. stoljeću moda u muzejima dobiva sve veću vidljivost i priznanje kao relevantna muzejska građa. Institucije diljem svijeta usmjeravaju se prema modnim i tekstilnim sadržajima, pri čemu se otvaraju specijalizirani muzeji mode, a izložbeni projekti tematski vezani za modu, odijevanje i tekstil redovito privlače pozornost stručne javnosti i šire publike. Među recentnijim primjerima ističu se otvorenja muzeja Yves Saint Laurenta u Parizu (2017.) i Marrakechu (2017.), otvorenje stalnog postava u pariškome muzeju Palais Galliera (2021.) – prvog prostora u tom gradu posvećenoga isključivo modi, koji je do tada bio namijenjen samo privremenim izložbama, ITS Arcademy – Museum of Art in Fashion (2023.), prvog muzeja suvremene mode u Italiji itd.

Modne izložbe, čak i u institucijama koje nisu primarno usmjerene na modu, ostvaruju iznimnu posjećenost. Tako je izložbu *Alexander McQueen: Savage Beauty*, prikazanu najprije u njujorškom Metropolitan Museum of Art (2012.), a potom i u londonskom Victoria & Albert Museumu (2015.), pogledalo više od 1 140 000 posjetitelja, čime je postala najposjećenija izložba u povijesti tih institucija. Sličan trend potvrđuju i europski projekti, poput izložaba *Fashioned from Nature* (V&A, 2018. – 2019.), *Azzedine Alaïa: The Couturier* (Design Museum, 2018.) te retrospektive *Margiela/Galliera, 1989 – 2009* u Palais Galliera.

Iako je globalna pandemija posljednjih pet godina usporila organiziranje velikih produkcija i ulaganja u muzeje, jasno je da zanimanje za modu kao kulturni i muzeološki sadržaj postoji kako među institucijama, tako i među publikom.

Premda hrvatska muzejska scena djeluje u znatno skromnijim okvirima i uvjetima, zanimanje za modne izložbe postoji i na lokalnoj razini. U Zagrebu djeluju institucije koje u svoje izložbene i edukativne programe kontinuirano uključuju modu i srodne teme iz područja dizajna. Primjerice, TTF galerija, osnovana 2014. godine pri Tekstilno-tehnološkom fakultetu, sustavno radi na edukaciji studenata i šire javnosti o kompleksnosti pojma mode, koji se u svakodnevnom diskursu često pojednostavnjuje ili reducira. Strukovna udruga ULUPUH također se u svojim izložbenim, edukativnim i izdavačkim programima

kontinuirano bavi temom mode. Modne i dizajnerske sadržaje u svojim aktivnostima povremeno predstavljaju i Galerija SC-a, Pogon, Galerija VN, HDLU (Galerija „Bačva“, Galerija „Karas“), Galerija „Kranjčar“, HDD galerija, kao i manifestacije poput Zagrebačkog salona primijenjene umjetnosti i dizajna.

Od muzeja koji se sustavno bave modnom tematikom valja istaknuti Muzej za umjetnost i obrt, Muzej grada Zagreba, Muzej suvremene umjetnosti te Etnografski muzej u Zagrebu, što je ponajprije uvjetovano vrstom građe koju ti muzeji prikupljaju, obrađuju i interpretiraju. Ne čudi da je najviše primjera te prakse u Zagrebu, koji ima najveću koncentraciju kulturnih i muzejskih institucija, a povijesno je bio i središte razvoja obrtništva i tekstilne industrije.

Tekstilna tradicija Zagreba seže još u 18. stoljeće, kada su u gradu djelovale manufakture koje su se bavile proizvodnjom sirove svile. Zabilježeno je da je objekt Svilana, smješten u Maksimirskom perivoju, postojao već 1835. godine i jedan je od najranijih primjera tekstilne industrijske proizvodnje (Kantoci, 2019.). Početkom 20. stoljeća, s vrhuncem u 1950-im godinama, Illica je, kao jedna od glavnih zagrebačkih prometnica, bila središte obrtničkog života – prepuna malih krojačkih i trgovačkih radionica koje su oblikovale tadašnju modnu sliku grada (Vladislavić, 2006.).

U kontekstu ovog rada moda se razmatra iz antropološke perspektive, a definira se kao društveni fenomen koji se brzo mijenja, obuhvaća široka područja utjecaja i uvijek se suprotstavlja pojmu *antimode*, koji podrazumijeva stabilne, lokalno uvjetovane i dugotrajnije oblike odijevanja (Cvitan-Černelić, Bartlett, Vladislavić, 2002: 23). Ta je dihotomija korisna u razlikovanju muzejskih zbirki koje se mogu svrstati u kategoriju modnih (u smislu brzo promjenjivih modnih izraza ili trendova) nasuprot *antimodnima*, poput narodnih nošnji, liturgijske odjeće ili arheološkog tekstila. U tom smislu u Zagrebu djeluju tri muzeja s fundusima koji obuhvaćaju modne zbirke: Muzej za umjetnost i obrt (Zbirka tekstila), Muzej grada Zagreba (Zbirka mode, modnog pribora i tekstila) i Etnografski muzej (Zbirka suvremene odjeće).

Na nacionalnoj razini brojke govore u prilog dominaciji etnografskih zbirki: više od 70 muzeja u Hrvatskoj

posjeduje neku vrstu tekstilne ili etnografske zbirke, dok se zbirke koje se mogu nedvojbeno klasificirati kao modne pojavljuju u manje od deset muzeja. Ipak, te brojke treba tumačiti s oprezom – digitalne baze često su nepotpune, neažurirane ili netočne. Također, pojedini muzeji imaju predmete poput suvremene odjeće ili nakita, ali nemaju formalno osnovane modne zbirke. Osim kvantitativnih nedostataka, vezano za tu tematiku, postoji i terminološka nekonzistentnost. Različite institucije nerijetko se koriste istim nazivima za zbirke koje sadržajno znatno variraju. Primjerice, Zbirka tekstila u Muzeju za umjetnost i obrt uključuje odjeću i modne dodatke koji svjedoče o kulturi odijevanja od 17. stoljeća do danas, dok istoimena zbirka u Muzeju grada Siska sadržava kućni tekstil – ručnike, stolnjake i posteljenu.

Takva neujednačenost upućuje na potrebu uspostave jasnijih standarda i sustavnijeg pristupa vrednovanju, terminološkoj usklađenosti i klasifikaciji tekstilne i modne građe unutar hrvatskih muzeja.

Muzealizacije mode u svijetu i Hrvatskoj – trajektorij

Ključni pojmovi ovog rada *dress museology* i *fashion museology*, koje u hrvatskom jeziku možemo prevesti kao muzealizacija odjeće (ili odijevanja) i muzealizacija mode, označavaju dvije povezane, ali ipak različite koncepcije i prakse unutar muzeologije. Iz prvoga, koji podrazumijeva muzealizaciju odjeće kao materijalnog dokaza svakodnevice, običaja i društvene strukture, razvila se muzealizacija mode koja se bavi modom kao estetskim i kulturnim fenomenom. Također, važna je razlika i to što se prva razina muzealizacije fokusira na prikupljanje i zaštitu građe, a druga stavlja naglasak na prezentaciju i posjetiteljsko iskustvo.

Prije prve faze muzealizacije odjeće, koja počinje od 1930-ih godina, odjeća i modni dodatci u muzejskim zbirkama pojavljuju se ponajprije kao sporedni elementi – kao dio šire cjeline kojoj su pripadali, a ne nužno kao autonomni muzejski predmeti (Riegels Melchior, Svensson, 2014: 7). Najčešće su prikupljeni tekstilni predmeti, poput crkvenog ruha ili etnografskog tekstila, koji su se ponajprije vrednovali zbog svoje izrade, odnosno kao primjeri obrtničke i tehničke vještine. Takav pristup svjedoči o tadašnjem razumijevanju tekstila kao dokumenta tradicijske kulture i ručnog rada. Izvrsnu ilustraciju tog ranog pristupa nalazimo u praksi Muzeja za umjetnost i obrt, koji je 1915., 1916. i 1917. godine organizirao izložbe pod nazivom *Izložba narodnih ručnih radova Ženske udruge za ušćuvanje i promicanje narodne pučke umjetnosti i obrta*. Te tri uzastopne izložbe tematski su bile usmjerene na ženski ručni rad i tradicijsko obrtništvo i odražavale su tadašnju kustosku orijentaciju prema dokumentiranju pučke kulture, a ne prema valorizaciji mode kao kulturnoga ili umjetničkog fenomena.

Tijekom 1930-ih godina mijenja se muzeološki pristup odjeći i modi. U to vrijeme muzeji na Zapadu, počevši od Victoria and Albert Museuma u Londonu, počinju

sustavno prikupljati odjevne predmete s jasno artikuliranom namjerom – više nije riječ o sekundarnoj građi koja je dio šire kulturne cjeline, već o predmetima koji sami za sebe nose povijesnu, estetsku i kulturnu vrijednost. Ta je promjena označila početak institucionalne valorizacije mode u muzejskom kontekstu.

Opisani su se trendovi postupno proširili i na Hrvatsku, o čemu svjedoči podatak iz kataloga izložbe *200 godina odjeće iz zbirki MUO*, održane 1964. godine. U predgovoru kataloga kustosica i autorica izložbe Vanda Pavelić-Weinert piše kako je prošlo otprilike 30 godina otkako je Muzej za umjetnost i obrt u Zagrebu nabavio svoj prvi odjevni predmet: građansku suknju s otoka Korčule, izrađenu od lyonskog brokata, datiranu u drugu polovicu 18. stoljeća (Pavelić-Weinert, 1964: 3). Ta je izložba bila i treća¹ po redu koju je MUO priredio koristeći se vlastitom zbirkom odjeće, što dodatno potvrđuje sve veće zanimanje za tu vrstu muzejske građe.

Prvu fazu muzealizacije odjeće obilježava promjena u načinu promišljanja i predstavljanja odjeće unutar muzeološkog konteksta. Fokus se usmjerava na pojedinačne, fizički zastupljene predmete u muzeju – komade odjeće ili modne dodatke koji se prezentiraju uz pripadajuću dokumentaciju i deskriptivne podatke. Takav pristup označava prijelaz prema sustavnom istraživanju odijevanja te postaje preteča onome što će se kasnije razviti kao povijest odijevanja i povijest mode u širem smislu. U tom razdoblju – okvirno obuhvaćenom 1930-om, 1940-im i 1950-im godinama te početkom 1960-ih godina – oblikuju se prvi obrisi onoga što će u sljedećoj fazi poprimiti jasniji oblik muzealizacije mode. Pristup građi tada je još uvijek mišljen kroz njezina formalna, materijalna i funkcionalna obilježja, bez šire kontekstualizacije unutar društvenih i simboličkih granica te se u tom smislu još uvijek referiramo na muzealizaciju odjeće.

U drugoj fazi, koja se približno proteže od 1960-ih do 1990-ih godina, pojavljuje se sve veće zanimanje za „predmet mode“ unutar umjetničkih i kulturno-povijesnih muzeja. Posebice je u ranim godinama tog razdoblja vidljiv zaokret od prikazivanja odjeće kao kulturno-povijesnog artefakta prema sve snažnijem naglasku na modi kao estetskom, komunikacijskom i društvenom fenomenu. Prekretnicu u tom razvoju čini rad Victoria and Albert Museuma, koji se profilirao kao pionirska institucija u prezentaciji mode putem inovativne i visokoproducirane izložbe (Riegels Melchior, Svensson, 2014: 8). Katalizator promjene iz muzealizacije odjeće u muzealizaciju mode bila je izložba *Fashion: An Anthology by Cecil Beaton*, otvorena 1971. godine, koju je kurirao slavni fotograf, pisac i dizajner Cecil Beaton. Paradigmatska izložba uvela je niz noviteta u muzeološki pristup modi: prostorni dizajn inspiriran tadašnjim luksuznim modnim buticima, upotrebu suvremenih lutaka s perikama te čak mirisne elemente raspršivanjem parfema kroz ventilacijske sustave kako bi se stvorio multisenzorni doživljaj. Time su postavljeni novi estetski i produkcijski standardi

¹ Prva izložba – *Oblici odjeće od antike do početka XX. stoljeća*, održana je 1952. godine, a druga – *Oblici odjeće*, 1955. godine.

u prezentaciji mode, koji su imali dalekosežan utjecaj na buduću praksu modnih izložaba.

No standardizaciju muzealizacije mode kao relevantne i atraktivne muzeološke prakse postavila je Diana Vreeland. Njezina dugogodišnja karijera urednice u modnim časopisima *Harper's Bazaar* i *Vogue*, a potom i njezin angažman u svojstvu savjetnice pri Costume Instituteu Metropolitan Museuma of Art u New Yorku, ostavili su trajni trag kako u modnoj industriji, tako i u načinu na koji se moda izlaže i interpretira unutar muzeja. Vreeland je u muzejski prostor unijela dramaturgiju spektakla, često stavljajući estetski dojam i emocionalni učinak izložbe ispred stroge historijske preciznosti ili klasičnih muzeografskih načela. Znanja i vizualni senzibilitet koje je desetljećima razvijala u medijima prenijela je u kustosku praksu kreirajući izložbe koje su vizualno podsjećale na modne editorijale bogate stilizacijom i narativnom atmosferom. Upravo se s njezinim izložbama dogodio pomak s fokusiranja na jedan fizički artefakt (komad odjeće) prema stvaranju sveobuhvatne modne priče. Te su izložbe slavile avangardne dizajnerske vizije, luksuz i individualna autorska imena pridonoseći izgradnji modnih mitologija i transformirajući modni predmet u simbol kulturne vrijednosti i identiteta.

Druga faza muzealizacije mode također je jasno artikulirala dva komplementarna pristupa – takozvani *front stage* i *back stage* model (Riegels Melchior, Svensson, 2014: 9). Prvi se odnosi na prezentacijski aspekt izlaganja, koji je snažno inspiriran estetikom modnih pista i stiliziranih editorijala, s ciljem oblikovanja dojmljivoga vizualnog iskustva za posjetitelje. Drugi, jednako važan pristup obuhvaća konzervatorsku i kustosku praksu „iza kulisa“, uključujući stručno rukovanje, pohranu i zaštitu odjeće u skladu s ICOM-ovim smjericama. Upravo ta dvojnost čini temeljnu razliku između tzv. *dress museology* i *fashion museology* (Riegels Melchior, Svensson, 2014: 10). Nema sumnje da se razdoblje od kasnih 1960-ih do prve polovice 1990-ih može definirati kao vrijeme konsolidacije muzealizacije mode.

Za razliku od zapadnoeuropskog konteksta, primjeri muzealizacije mode u Hrvatskoj – donekle očekivano – djeluju skromnije i manje spektakularno. U razdoblju koje obuhvaća kraj prve i početak druge faze muzealizacije mode, u Muzeju za umjetnost i obrt u Zagrebu djelovala je kustosica Vanda Pavelić-Weinert. Od svog dolaska u Muzej 1946. godine sustavno se bavila proučavanjem tekstilne umjetnosti, odjeće, mode i kostimografije – područjima po kojima je i danas prepoznata. Upravo njezin kustoski rad i izložbe modne, tekstilne ili kostimografske tematike, koje je u prosjeku radila jedanput u godini, činili su most između dviju razvojnih faza – muzealizacije odjeće u muzealizaciju mode, čime se Pavelić-Weinert ističe kao stručnjakinja koja je taj proces u Hrvatskoj provodila kontinuirano i sustavno. Dakle, unatoč skromnijim uvjetima, muzealizacija mode i u Hrvatskoj je ipak zaživjela, iako s određenim vremenskim odmakom. Dok se na Zapadu moda već 1970-ih godina etablirala kao

muzejski sadržaj, u hrvatskom kontekstu prvi jasniji oblici takve prakse pojavljuju se tek potkraj 1980-ih i početkom 1990-ih, na samom završetku druge faze.

U posljednjoj fazi muzealizacije mode, koja traje od 1990-ih do danas, moda je konačno učvrstila svoj položaj unutar muzejske prakse i postala trajno zastupljen i strateški važan sadržaj. Tendencije započete u prethodnim fazama tada su se institucionalno konsolidirale, a zanimanje za modu više nije ograničeno isključivo na kustose tekstilnih i modnih zbirki. Sve se češće u taj proces uključuju i drugi muzejski sektori – osobito marketinški – prepoznajući modu kao učinkovito sredstvo za privlačenje nove publike i osiguranje veće medijske vidljivosti (Riegels Melchior, Svensson, 2014: 9). Međutim, takva popularizacija nosi i određene rizike. Fokusiranje isključivo na atraktivna dizajnerska imena² ili poznate segmente modne povijesti – osobito one iz 20. stoljeća³ – može ugroziti cjelovitost muzejskih zbirki. Često se zanemaruju stručne smjernice, poput onih koje propisuje ICOM, osobito kad je riječ o rukovanju iznimno osjetljivim materijalom poput krzna, perja, svile itd. Istodobno postoji mogućnost da ostale zbirke postanu marginalizirane – kako u očima publike, tako i unutar same muzejske politike, u kojoj se prednost sve češće daje „popularnijoj“ građi (Riegels Melchior, Svensson, 2014: 9). Primjeri iz svijeta potvrđuju da ta zabrinutost nije bez osnove. Museum of Costume u Bathu, osnovan 1963. godine, preimenovan je 2007. u Fashion Museum, čime je signaliziran pomak prema jače, tržišno orijentiranom pristupu, a slično se dogodilo i s Fashion and Textile Museumom u Londonu, koji je ubrzo nakon otvorenja (2003.) smanjio stalni postav, broj zaposlenih i fizički prostor, fokusirajući se prije svega na tzv. *front stage* aktivnosti – poput popularnih tematskih izložaba, gostujuće građe i edukativnih programa.

U hrvatskom kontekstu takve prijetnje nisu zamijećene, ponajprije zato što ne postoji specijalizirani muzej posvećen modi, odjeći ili tekstu, a broj zbirki koje sustavno prikupljaju i izlažu modnu građu izrazito je malen. Stoga ne postoji pritisak kakav postoji u velikim svjetskim institucijama, u kojima moda postaje predmet tržišnog nadmetanja i medijske eksploatacije. No određeni se oblici komercijalizacije ipak pojavljuju i u nas – muzejski se prostori sve češće iskorištavaju za promocije i prezentacije modnih sadržaja koji nemaju izravnu poveznicu s muzejskim zbirkama ni s muzejskom djelatnošću. Takve prakse upućuju na širi trend instrumentalizacije kulturnih institucija za potrebe kreativnih i ostalih industrija.

U trećoj fazi muzealizacije mode, Muzej za umjetnost i obrt⁴ više ne djeluje sam; s početkom novog tisućljeća pridružuju mu se ponajprije Muzej grada Zagreba⁵, kao i druge zagrebačke institucije poput Etnografskog muzeja⁶ i Muzeja suvremene umjetnosti⁷. Tijekom posljednjih 20-ak godina izložbene aktivnosti s tematikom mode i odijevanja u galerijskom su kontekstu nerijetko kvantitativno nadmašile one u muzejskim institucijama, iako to zahtijeva dodatnu analizu u zasebnom istraživačkom

2 Sve je krenulo 1983. velikom retrospektivom Yves Saint-Laurenta u Metropolitanu muzeju u New Yorku, čija je autorica bila Diana Vreeland. Do tada su muzeji prezentirali isključivo umjetničke predmete ili povijesne kostime, ali ne i trenutačno aktualnu modu (Čuljak, Vene, 2014: 9).

3 Od recentnijih većih projekata koji u cijelosti ili djelomično tematiziraju modu izdvajaju se dvije izložbe posvećene 1960-im godinama. Prva je održana u MUO-u 2018. pod nazivom *Šezdesete u Hrvatskoj – Mit i stvarnost*, a druga 2019. u MGZ-u pod nazivom *Moda i odijevanje 1960-ih u Zagrebu*.

4 Primjerice, riječ je o izložbama *Bele époque imperiale – l'art, il design* iz 2005., *I-GLE 010*, iz 2007.; *ART DECO i umjetnost u Hrvatskoj između dva rata*, iz 2011.; *Povjeta ženstvenosti*, iz 2019.; *Moda i strip*, iz 2021. itd.

5 Primjerice, s izložbama *Odjelo – društveni status!?*, iz 2004.; *Žuži Jelinek ambasador mode*, iz 2008.; *Sa šešrom na glavi...*, iz 2011.; *Moda i odijevanje u Zagrebu 1960-ih*, iz 2019.; *Između korzeta i dresa. Žene u sportu (1874. – 1939.)*, iz 2025. itd.

6 Primjerice, to su izložbe *Koje dobre šuže! Šetnja kroz povijest obuće*, iz 2006.; *Tko nosi – ne prasi! S torbom po hrvatskim krajevima*, iz 2010.; *Memoirs Are Made Of This – Šeširi iz privatne kolekcije Đurđe Tedeschi*, iz 2020.

7 Primjerice, s izložbama *Drugarica à la mode – odijevanje i moda u Zagrebu od 1945. do 1960.*, iz 2006.; *Ljubav i otpor Ivane Popović*, iz 2019. itd.

8 Zbirka obuhvaća predmete nastale od kraja 16. do prvih desetljeća 20. stoljeća, koji se prema namjeni i funkciji mogu svrstati u nekoliko cjelina: odjeća i modni pribor, zastave, sagovi i čilimi. Najveći dio dospio je u Muzej iz vlastelinskih i građanskih obitelji neposredno nakon Drugoga svjetskog rata (izvor <http://www.dumus.hr/hr/kulturno-povijesni-muzej/>, pristupljeno 17. lipnja 2025.).

9 Zbirka tekstila i modnog pribora utemeljena je 1948. godine, a skuplja predmete koji govore o kulturi odijevanja i življenja u Splitu u prethodnim stoljećima. Čine je ženski i muški odjevni predmeti, donje rublje, obuća, dječja odjeća, nakit i modni dodatci poput torbica, šešira, sunčobrana, rukavica, naočala (izvor <http://www.mgs.hr/>, pristupljeno 17. lipnja 2025.).

THE MUSEALISATION OF FASHION – FROM GARMENT TO OBJECT

During the 21st century, fashion has occupied an increasingly robust position in museum institutions, being identified as an important cultural and museological phenomenon. Dedicated fashion museums have appeared on the global scene, while exhibition devoted to design and fashion designers have aroused great public interest, like the *Savage Beauty of Alexander McQueen in New York and London*. And although this is taking place in more modest confines in the Croatian context, there is a clear interest in the theme, primarily in Zagreb. Institutions like the Museum of Arts and Crafts, Zagreb City Museum, the Museum of Contemporary Art and the Ethnographic Museum have systematically included fashion in their collections and programmes. From a theoretical and museological perspective, there is a difference between dress museology and fashion museology. The first focuses on the material and documentary aspects of garments, while the second focuses on fashion as social, aesthetic and communicational phenomenon. This shift in emphasis, away from the preservation of material records and towards an interpretation of context and meaning has been marked by the contemporary approach to the musealisation of fashion. In global terms, the process started in the 1930s, and from the nineties it became established as part of museum practice in a wider sense. In Croatia this development took place more slowly, but steadily, particularly owing to the work of curator Vanda Pavelić-Weinert and the Museum of Arts and Crafts. Today's museums, notwithstanding funding constraints, endeavour to keep abreast of contemporary trends, while digital technology, such as virtual reality, 3D modelling and online exhibitions have started a new phase in the musealisation of fashion. More dynamic experience that interprets fashion as a vibrant and ever-changing cultural language.

kontekstu. Situacija izvan Zagreba bila je drukčija: iako su se povremeno organizirale modne izložbe, one su većinom ostajale u domeni iznimke. Unatoč postojanju tekstilnih zbirki u muzejima u Dubrovniku⁸ i Splitu⁹, izlagačka aktivnost vezana za modu u tim je institucijama gotovo u potpunosti izostala. Sustavno i kontinuirano izlaganje odjevnih predmeta, a kasnije i same mode kao kulturnog fenomena, moguće je pratiti isključivo u Zagrebu, ponajprije na temelju djelovanje Muzeja za umjetnost i obrt.

U ovom je kontekstu važno istaknuti jednu od ključnih okolnosti koja je utjecala na nemogućnost sustavnog praćenja globalnih trendova u području muzealizacije mode u Hrvatskoj. Naime, zbog specifične društveno-političke situacije tijekom 1990-ih godina, obilježene ratnim zbivanjima i posljedičnom ekonomskom nestabilnošću, muzejske institucije u Hrvatskoj djelovale su u izrazito ograničenim i skromnim uvjetima, što je znatno usporilo njihov razvoj i programske iskorake.

U isto vrijeme na međunarodnoj se sceni bilježe znatni pomaci – od ubrzanoga informatičkog napretka i povećanih ulaganja u kulturni sektor do realizacije spektakularnih modnih izložaba u vodećim svjetskim muzejima. Nasuprot tome, hrvatske su muzejske institucije bile primorane suočiti se s nizom izazova specifičnih za lokalni kontekst. Kroz sve faze koje su prethodile i dovele do muzealizacije mode, hrvatski su muzeji djelovali u skladu s vlastitim kapacitetima, istodobno nastojeći održavati vezu s aktualnim međunarodnim muzeološkim praksama i globalnim trendovima.

Umjesto zaključka. Danas se, uz postojeće infrastrukturne, financijske i organizacijske izazove, hrvatski muzeji suočavaju i s drugim izazovima koji se odnose na suvremene načine interpretacije i prezentacije izložbenih sadržaja. Unatoč povremenom uključivanju animacija, videouradaka i drugih novomedijskih elemenata, izložbena praksa – osobito kada je riječ o modnoj tematici – i dalje se uvelike oslanja na statične metode prezentacije poput izlaganja odjeće u vitrinama ili na lutkama, uz prateću tekstualnu dokumentaciju.

Takav izložbeni model, iako muzeološki opravdan i izvedbeno funkcionalan, sve više pokazuje svoja ograničenja u kontekstu suvremenih očekivanja publike i digitalno medijiziranog društva. Moda, kao izrazito vizualan, efemeran i kulturološki kompleksan fenomen, zahtijeva interpretaciju koja nadilazi statični prikaz i omogućuje višedimenzionalno iskustvo, uključujući narativne, zvučne, pokretne i interaktivne slojeve.

U tom se smislu može govoriti o sljedećoj fazi muzealizacije mode, koja se postupno seli u digitalno i internet-sko okruženje. Uključivanje tehnologija poput proširene i virtualne stvarnosti (AR/VR), 3D digitalizacije odjevnih predmeta, interaktivnih ekrana te online izložaba i arhiva omogućuje proširenje muzejskog djelovanja izvan fizičkih granica institucije. Time se ne povećava samo dostu-

pnost izložbenih sadržaja, već se otvara i prostor za eksperimentalnije oblike prezentacije koji modu interpretiraju kao dinamičan kulturni i komunikacijski kôd, čime se istodobno osuvremenjuje izložbena praksa i potiče uključivanje šire publike, digitalna participacija te razvoj novih istraživačkih pristupa. Takav razvoj nipošto ne isključuje postojeće muzejske prostore, već im je komplementaran i otvara dodatne mogućnosti interpretacije, pristupa i angažmana.

NAPOMENA

Prilog *Muzealizacija mode: od odjeće do objekta* donosi revidiranu i skraćenu verziju diplomskog rada autorice Tee Kantoci iz 2018. godine.

Primljeno: 1. srpnja 2025.

LITERATURA

Knjige

1. Cvitan-Černelić, M., Dj. Bartlett i A. T. Vladislavić. *Moda: Povijest, sociologija i teorija mode*. Zagreb: Školska knjiga, 2002.
2. Riegels Melchior, M. i B. Svensson. *Fashion and Museums: Theory and Practice*. Bloomsbury Academic, 2014.

Katalozi

1. Pavelić, V. *200 godina odjeće, iz zbirke Muzeja za umjetnost i obrt*. Rijeka: Novi list, 1964.
2. Vladislavić, A. T. *Drugarica à la mode – Odijevanje i moda u Zagrebu od 1945. do 1960.* Zagreb: MSU, 2006.

Znanstveni članci

1. Čuljak, I. i L. Vene. „Analiza koncepta *showpiecea* kao odjevnog predmeta, umjetničkog djela i medijske slike”. *TEDI*, vol. 4 (2014): 4-17.
2. Kantoci, T. „Zaštita i prezentacija tekstilne industrijske baštine”. *Informatica Museologica*, 50 (2019):190-200.
3. Maroević, I. Razine muzealizacije vezane uz kulturnu baštinu”. *Informatica Museologica*, 36, br. 3-4 (2005): 44-49.
4. Steele, V. „A Museum of Fashion Is More Than a Clothes-Bag”. *Fashion Theory*, Vol 2, issue 4, Berg Publishers, 1998.
5. Steele, V. „Museum quality: The rise of the fashion exhibition”. *Fashion Theory*, Vol 12, issue 1, Berg Publishers, 2008.

Internetski izvori

- <https://www.vam.ac.uk/>
<http://www.icom-croatia.hr/>
<http://network.icom.museum/costume/>
<https://www.muio.hr>
<http://magazine.fourseasons.com/travel-food-style/valerie-steele-on-curating-fashion>
<https://www.mgz.hr/hr/>
<http://www.msu.hr>
<http://www.dumus.hr/hr/kulturno-povijesni-muzej/>
<http://www.mgs.hr/>
<https://mdc.hr>