

KESZEG ANNA

DIVATMÁRKÁK ÉS MÚZEUMOK

TERVEZŐK ÉS MÁRKÁK A HALHATATLANSÁGÉRT

ben markánsan fogalmazta meg azt az álláspontot, hogy a 20. század második felének kulturális fogyasztása és tartalomgyártása a divat működés módját veszi át

Zygmunt Bauman a folyékony modernitásról írott könyvében markánsan fogalmazta meg azt az álláspontot, hogy a 20. század második felének kulturális fogyasztása és tartalomgyártása a divat működés módját veszi át. A divat rendszerének természetét pedig a konformizmus és egyénítés dialektikájában látta, mely működés mód az újdonságelv piederesztálra emelésében képes törékeny egyensúlyra jutni.<sup>1</sup>

Bauman állítását a múzeumok esetében is elfogadottnak tekinthetjük: a nagybetűs MÚZEUM is integrálta a divatrendszerre jellemző folyamatos forradalmi állapotot, az életstílusok látványra alakítását. Riegels és Svensson ezt az állapotot kifutólogikának nevezte: a divat olyan látványparadigmát teremtett, mely a kifutón megjelenő, efemer látványtárgynak, a felvonuláskoreográfiának rendelte alá a tartalom kialakítását és elhelyezését, s ezt a bemutatásmódot a múzeumok is átvették.<sup>2</sup> Ugyanakkor érdemes kifordítani is a felvetést: a kortárs vásárláskultúrában annyira kiemelkedő szerepet betöltő *concept store*-ok viszont mintha éppen a múzeumra jellemző kontextualizációs eljárások szerint működnének: az egyes szubkultúrákhoz, fogyasztói csoportokhoz kapcsolódó tárgy-, öltözet- és kulturálistermék-kínálat az adott boltok egy-egy szintjén, jól kialakított térfelében a múzeumi enteriőr mintájára szerveződik. Illetve a 19. században elterjedő nagyáruházakban rendszerbe foglalt áruk is értelmezhetők múzeumszerűen: a terméktípus szerint strukturált részlegek a sorozatelve, a berendezett léletszínterek, jelenetek inkább az enteriőrelvet mozgatják. Az inspirációk sokféleségének kérdését itt inkább zárjuk le azzal, hogy divat és múzeum egyaránt a 19. századra megszilárduló mediális tömegkultúra látványlogikája alapján szerveződik annak sok-sok komponense közé épülve: világkiállítások, városi terek, tömeglátványosságok stb. egyaránt részei ennek az azonos elvek szerint működő rendszernek.<sup>3</sup>

[1] Zygmunt Bauman: *Culture in a Liquid Modern World*. Polity Press, 2011, 22.

[2] Marie Riegels Melchior–Birgitta Svensson: *Fashion and Museum, Theory and Practice*. Bloomsbury, London–Sydney 2014. ix.

[3] Ennek a látványvilágnak a kialakulásáról lásd Schwartz, Vanessa R.: *Spectacular Realities, Early Mass Culture in Fin-de-Siecle Paris*. University of California Press, 1999.

¶ Van azonban ennek a kérdéskörnek több kortárs megnyilvánulása is. Közülük hármat mutatok be a továbbiakban.

## KORTÁRS MŰVÉSZETI ALKOTÓKÖZPONTOK POWERED BY DIVATMÁRKÁK

¶ Mindenekelőtt ott van a divatmárkák által létrehozott kortárs művészeti múzeumok vagy alkotó- és kulturális központok példája. A jelenség első jelentős kivitelezése az 1984-ben alapított *Fondation Cartier pour l'art contemporain*, melyet a kiegészítőkre szakosodott francia luxusmárka, a Cartier s annak igazgatója, Alain-Dominique Perrin hozott létre. Az alapítvány előbb Versailles közelében, Párizs határában működött, majd a kilencvenes évek elején kezdtek párizsi helyszínt keresni számára: az 1994-ben a Montparnasse negyedben megnyíló új helyszín egy Jean Nouvel tervezte látványos épület. A Cartier tulajdonképpen létrehozta e múzeumok modelljét: 1. e múzeumok célja a kortárs művészet mecenatúrájának biztosítása; 2. a helyszínt általában olyan ingatlanok szolgáltatják, amelyekre sztárépítések<sup>4</sup> terveznek.

a Cartier tulajdonképpen létrehozta e múzeumok modelljét: 1. e múzeumok célja a kortárs művészet mecenatúrájának biztosítása; 2. a helyszínt általában olyan ingatlanok szolgáltatják, amelyekre sztárépítések terveznek

A Fondation Cartier működési mintájára jön létre az anekdotikusnak is nevezhető versengés, mely a velencei és párizsi székhelyű Collection Pinault és a párizsi helyszínű Fondation Louis Vuitton között zajlik a kétezres évek elejétől. A kortárs művészet gyűjtőiként elhíresült riválisok, Bernard Arnault (a Moët Hennessy Louis Vuitton luxuskonzern tulajdonosa) és François Pinault (a Kering csoport tulajdonosa) kortárs művészeti gyűjteményeiknek keresnek látványos megnyilvánulási formát. A Fondation Louis Vuitton Frank Gehry tervezte, 2014-ben átadott párizsi épületével a Bois de Boulogne környezetében új, kortárs képzőművészeti és turisztikai referenciapontot hozott létre.

¶ Másik kiemelkedő európai példa a hibridebb profilú milánói Fondazione Prada, amelyet 1995-ben alapított Miuccia Prada és férje, Patrizio Bertelli. A Fondazione Prada nemcsak a kortárs képzőművészet, hanem az olasz film, televíziós kultúra, filozófia és dizájn kurációját is küldetésének tekinti. 2015-ben

[4] A "starchitect" fogalmát olyan tervezőkre használják, akiknek az életműve olyan köznapiságot ért el, ami a zeneipar, a látványsportok, a filmipar és a televíziózás sztárjaira emlékeztet.

az említett terek  
erőteljesen teszik  
láthatóvá  
a luxusipar és  
a képzőművészet  
közötti erős,  
a politikai és  
gazdasági elit  
tagjaihoz vezető  
összefonódást

megnyitott állandó helyszíne egy Rem Koolhaas stúdiója által átalakított Largo Isarco-i szeszfőzde, mely acélszürke és arany színű kivitelezésével az ipari dizájn és luxus összeházasításának a francia példákhoz képest visszafogottabb (pradásabb) változatát adja. A Fondazione Pradának mindeddig talán egyedülként sikerült elérnie minden kiállításával a pozitív kritikai visszhang megtartását. Az említett terek erőteljesen teszik láthatóvá a luxusipar és a képzőművészet közötti erős, a politikai és gazdasági elit tagjaihoz vezető összefonódást. Erre a szövetségre számos példát hozhatunk nem csak a múzeumi szcénából: a kortárs képzőművészeti magazinok oldalain megjelenő luxusmárkareklámok, a luxusmárkák és a képzőművészek közötti együttműködések mind e jelenséget példázzák.

¶ Bár gazdasági modellként is ismerős ez az együttállás, az egymás után alakuló kortárs képzőművészeti terek komoly kritikát kaptak a múzeumi szakma elitjétől. A *Wall Street Journal* 2014-ben Bruce Altshulert, a New York University Museum Studies képzésének vezetőjét idézte: „Soha senki sem állította, hogy a múzeumok ártatlanok, ott volt azonban legalább az a nyilvánvaló bizalom, hogy ha bemész egy múzeumba, az, amit ott láatsz, múzeumérdemes. A luxusmárkák termékeinek elterjedő kiállítása aláássa ezt a bizalmat.”<sup>5</sup> Ez a kritika elismeri az egyes terekben megjelenő kurációs gyakorlatok közötti minőségi különbséget, mégis arra figyelmeztet, hogy a Cartier által elindított „mozgalom” nagyon sokféle, a múzeumhasználati gyakorlataink felülvizsgálatára kényszerítő következménnyel járhat. Másrészt mindig is megmarad az a feszültség, ami a nagyon sokszor fogyasztás- és kapitalizmus-kritikus kortárs képzőművészek és éppen a luxusmárkák által finanszírozott alkotási és kiállítási folyamatok között feszül, s amelyet lehetetlen feloldani.<sup>6</sup>

## DIVATTERVEZŐK A MÚZEUMBAN

¶ Másrészt a divat és a múzeum érintkezési pontjainak kortárs térképét a divattervezőknek szentelt kiállítások vagy a divattervezők által gondozott kiállítások is rajzolják. A kétezres

[5] “Nobody ever said museums are pure, but at least there’s an element of public trust that when you go to a museum, what you’re seeing is museum-worthy. The widespread exhibiting of luxury-brand goods erodes that trust.” Idézi Ellen Garmann: *Are Museums Selling Out? Luxury brands are increasingly using museum exhibits as marketing tools, raising questions about what is art*, *Wall Street Journal*, 2014. 06. 12. wsj.com/articles/are-museums-selling-out-1402617631.

[6] Erről a feszültségről a House of Voltaire és Chloé együttműködésében létrejött londoni pop up store kapcsán lásd Artsy Editors, *From Chloé to Cartier, How Fashion is Funding Art*, artsy.com, 2014. 09. 15.

A Fondation Cartier pour l'Art Contemporain épûlete, Jean Nouvel terve  
Pârtiz









Fondazione Prada, a Serial Classic kiállítás részlete  
Milánó, Saülko felvétele







évek első évtizedének végére fut fel ez a jelenség olyan paradigmateremtő példakkal, mint a 2011-es Jean Paul Gaultier-kiállítás a Montreal Museum of Fine Arts-ban, ami hat év alatt hat városban fordult meg, és 2017-ben visszatért Montrealba. A divat múzeumba kerülésének történetét Diana Vreeland munkássága nyitja, aki a *Harper's Bazaar*, majd a *Vogue* ikonikus újságírójaként a Metropolitan Museum of Art Costume Institute-jának kurátora lett. Az általa szervezett kiállítások érdekességként emelik ki, hogy a divatot a magas művészet rangjára emelték, és elérték azt, hogy a divattervezőkről való beszéd a művészetéről való beszéddel azonos kontextusba került. 2008-ban a *Fashion Theory* tematikus számot szentelt a divat muzealizációja kérdésének, éppen ezekből a kortárs tervezői kiállításokból kiindulva.<sup>7</sup> Valerie Steele, a divatszakma kortárs nagyszónya lapszámindítójában a „divatkiállítások felemelkedését” körbejárva<sup>8</sup> Vreeland munkásságát a kérdéskör referenciapontjává tette polemikus írásában. Steele első megállapítása az, hogy a divatkiállítások általában erős kritikát váltanak ki. Éppen amiatt, mert a művészet annyira féltett autonómiaelvét hozzák játékba: a szervezeti szponzorálás, a kurátori függetlenség vagy a történeti pontosság azok a fő vitapontok, amelyek rendre visszatérnek e tartalmak értelmezésében. Steele végigköveti azt a korántsem problémamentes emancipatorikus folyamatot, melynek során a ruha múzeumhoz méltóvá vált, majd Vreeland örökségének átka- it és előnyeit elemzi. Vreeland olyan paradigmát teremtett a divat múzeumi megjelenítésében, ami a színpadiasságot és a drámát helyezte középpontba, s hozzájárult a teljes múzeumi kultúra bulvárosodásához.<sup>9</sup> Az általa rendezett kiállítások vállaltan mentek szembe a pontos történeti kontextualizálás, időnként a hitelesség kívánalmával Vreeland azon elvének megfelelően, hogy a közönség nem tényeket és pontosságot, hanem látványosságot akar. Az ikonikus kurátort ért kritikák az Yves Saint Laurent-nak szentelt 1983-as kiállítás visszhangjaiban csúcsozódtak: Yves Saint Laurent ugyanis élő tervező volt, a kiállítás és a boltok kínálata veszélyesen közel került egymáshoz. Steele azonban kiemeli, hogy ez után a tárlat után az egy tervezőnek szentelt kiállítások sora véget ért

a divattervezőkről való beszéd a művészetéről való beszéddel azonos kontextusba került

Vreeland olyan paradigmát teremtett a divat múzeumi megjelenítésében, ami a színpadiasságot és a drámát helyezte középpontba, s hozzájárult a teljes múzeumi kultúra bulvárosodásához

a kiállítás és a boltok kínálata veszélyesen közel került egymáshoz

[7] Szimptomatikus, hogy a *Fashion Theory* következő, divat és múzeum témakörű lapszáma tíz évvel később, 2018 őszén jelenik meg, e szöveg írásakor a címek és rezümék már elérhetőek voltak.

[8] Valerie Steele: *Museum Quality: The Rise of the Fashion Exhibition*, *Fashion Theory*, 2008/12. 7–30.

[9] Suzy Menkes divatújságíró véleményét osztja és elemzi Steele, uo. 10.

a MET-ben, viszont a modell paradigmaticusnak bizonyult. Steele amellel érvel, hogy az „infotainment” modellje tökéletesen érvényesíthető a divatkiállítások esetében: „Nem látok olyan okot, ami miatt egy kiállítás ne lehetne egyszerre szép és intelligens, szórakoztató és nevelő.”<sup>10</sup> E kérdéskör további implikációiként a 2008-as lapszám két másik jelentős problémát vetett fel: milyen szakmai közösségek kerülnek kapcsolatba, ütköznek meg, kötnek szövetséget a divat muzealizációjában,<sup>11</sup> illetve a divatelmélet kérdései, a divat jelenségének értelmezése hogyan tér vissza a terület öndefiníciójára vonatkozó vitákban.<sup>12</sup> Az első kérdés kulcsfontosságú annak megértésében, hogy a Steele által említett kritikák milyen beszédmódokra támaszkodnak, hiszen a divatkiállítások esetében a szórakoztatóipar és az akadémiai közeg képviselői közvetlen módon kerülnek kapcsolatba egymással. A viták éppen a határsértésekről szólnak. A második kérdéskör, a divat értelmezésének sokfélesége és annak múzeumi reprezentációja pedig a brit Chris Beward értelmezésében arra a vitára vezethető vissza, ami a szakmai önértelmezés terén mindig is létezett a kosztüm- és divattörténészek között. Beward szerint a tárgyközpontú gondolkodással rendelkező kosztümtörténészek védelmezték és felsőbbrendűnek tekintették kontextualizációs hozzáértésüket, míg a humán- és kultúratudományi szocializációs háttérrel rendelkező divattörténészek nem annyira a tárgyak létrejötte és anyagisége, hanem a használati és előállítási gyakorlatok iránt érdeklődtek. E feszültség tér vissza folyamatosan a múzeumok önértelmezésében is: a divatmúzeumok és a kortárs divatipar sztárrendszerének kulisszái között eligazodó kiállítások radikálisan más gondolkodásmódot tükröznek, mint az erőteljes művészettörténeti beágyazottsággal rendelkező történetiviselet-múzeumok.

a divatmúzeumok és a kortárs divatipar sztárrendszerének kulisszái között eligazodó kiállítások radikálisan más gondolkodásmódot tükröznek, mint az erőteljes művészettörténeti beágyazottsággal rendelkező történetiviselet-múzeumok

[10] “There is no reason why exhibitions cannot be both beautiful and intelligent, entertaining and educational.” Uo. 14.

[11] Peter McNeil: “We’re Not in the Fashion Business”: Fashion in the Museum and the Academy, *Fashion Theory*, 2008/12. 65–82.

[12] Christopher Beward: *Between the Museum and the Academy: Fashion Research and its Constituencies*, *Fashion Theory*, 2008/12. 83–94.

## DIVATTERVEZŐI MÚZEUMOK

¶ Harmadrészt a divattervezők elművészesedése, amely folyamat a 19. század végétől indult be, azzal a következménnyel is járt, hogy – a kulturális termelés más területeinek sztárjaihoz

Jean-Paul Love is Love című kiállításán, Montreal Museum of Fine Arts  
Bohemian Baltimore felvétele





milyen mértékig  
alakítható  
látvánnyá az egyén  
élete,  
a biografikus illúzió  
veszélye mennyire  
kerülhető el, hol  
van a kegyeletsértés  
határa  
az egyéni relikviák  
kiállításában,  
hogyan állítható ki  
az egyéniség?

hasonlóan – egyéni tervezőknek szentelt múzeumok is létrejöttek. Ezek az emlékházak sokban emlékeztetnek azokra a problémákra, melyek az egyéni zsenialitások kiállításának módszertanában más területeken is megjelennek: milyen mértékig alakítható látvánnyá az egyén élete, a biografikus illúzió veszélye mennyire kerülhető el, hol van a kegyeletsértés határa az egyéni relikviák kiállításában, hogyan állítható ki az egyéniség?<sup>13</sup>

¶ A fentebbiekben felsorolt problémák (az autonómiaelv, a szakmai tudások közötti konfliktusok, a látványkezelés, a hitelesség problémája) mind-mind felvethetők a 2017-ben Párizsban megnyitott Musée Yves Saint Laurent esetében. Amint a korábbiakban is láttuk, Yves Saint Laurent az a tervező és divatház, akinek/amelynek a múzeumi szcénához való viszonya jelentős előtörténettel rendelkezik, illetve a divat kortárs művészeti mecenatúrájának folyamataiban is kiemelkedő szerepet tölt be.

¶ A divatipar hetvenes évekbeli túlmediatizáltságának kontextusában<sup>14</sup> is kevés tervező kapott akkora figyelmet, mint Yves Saint Laurent. A neki kijutó médiafigyelem pedig éppen annyira tulajdonítható a tervező kiválóságának, mint annak a módszeresen felépített, zsenialitás mítosznak, amelyet Yves Saint Laurent partnere, a kultúrmeccénás Pierre Bergé irányított. Az Yves Saint Laurent márkát 1961-ben alapította az akkor huszonöt éves tervező Pierre Bergé segítségével, biztatására, és 2002-ig, nyugdíjba vonulásáig vitte a ház művészeti irányítójának szerepét. 2008-ban halt meg. Pierre Bergé 2002-ben létrehozta a Fondation Pierre Bergé – Yves Saint Laurent-t, mely szervezet rendeltetése a tervező örökségének védelme és kommemorációja. A szervezet emellett a művészeti meccénás szerepét és az AIDS-ellenes harc támogatását is céljának tekintette. Anyagi alapját az a 2009-es árverés biztosította, amit az „évszázad árverésének” nevezett a francia sajtó, s amellyel Pierre Bergé kiárúsította Yves Saint Laurent-nal közösen létrehozott műtárgygyűjteményét, melyben olyan tárgyak voltak, mint Goya, Braque, Cézanne vagy Mondrian alkotásai. Az alapítvány az Yves Saint Laurent divatház korábbi székhelyén, az 1974-ben megszerzett

[13] Sophie Forgan: "Keepers of the Flame", *Biography, Science and Personality in the Museum. In: Museums and Biographies: Stories, Objects, Identities.* Ed. Kate Hill, Boydell and Brewer, London 2012, 247–265.

[14] Erről a korszakról és abban Yves Saint Laurent helyéről, imázsáról lásd Alicia Drake: *The Beautiful Fall, Fashion, Genius, and Glorious Excess in 1970s Paris.* Back Bay Book, 2006.

a Marceau 5. szám alatt, illetve a pár marrakechi villájában, Marokkóban egyszerre nyílt meg két Yves Saint Laurent-émlékmúzeum

Avenue Marceau 5. szám alatt található, és gyűjteményét az Yves Saint Laurent-hagyaték alkotja: ötezer, a *haute couture* kollekciókhoz tartozó ruha, tizenötezer kiegészítő és ötven ezer divatrajz. 2004 és 2016 között ezen a helyszínen évente átlagban két tematikus kiállítást szerveztek, ezek az életmű egy-egy sajtósbabb vonatkozására világítottak rá. 2017 októberére pedig egy nagy ívű kezdeményezést harangozott be a szervezet: a Marceau 5. szám alatt, illetve a pár marrakechi villájában, Marokkóban egyszerre nyílt meg két Yves Saint Laurent-émlékmúzeum. Fokozottan autentikus helyszíneken: a tervező legjelentősebb alkotói periódusának helyszínein. Yves Saint Laurent hamvai a marokkói Jardin Majorelle földjében nyugszanak. Pierre Bergé 2017 szeptemberében meghalt. Mindkét múzeum úgy nyílt meg, ahogy eltervezte és előkészítette.

¶ Yves Saint Laurent kétségkívül a 20–21. századi divatipar legösszetettebb alakja. Életét minden tervezőnél többször filmeztették meg, munkásságáért megkapta a legnagyobb francia állami elismeréseket, és – mint korábban láttuk – életében kultuszmárkává vált. Ebben a nagyon erőteljes és gyors kanonizálási folyamatban Pierre Bergé kultúrmeccénási szerepe és hálózatépítő képességei nagy szerepet játszottak. És azt is érdemes figyelembe vennünk, hogy ez a kanonizáció nem kis mértékben a tervező és a mögötte álló gazdasági szakértő tökéletes szakmai és érzelmi összhangján alapult. A zseniális tervező Yves Saint Laurent tulajdonképpen azért volt képes kora legnagyobb divattervezőjévé válni (sugallja ez a mítosz), mert a zseniális márkaépítő Pierre Bergé a szó szoros értelmében kézen fogva vezette az úton: ha Yves Saint Laurent a 20. századi *haute couture* napja, akkor Pierre Bergé kétségkívül a nap árnyéka.<sup>15</sup> Az Avenue Marceau 5. szám alatti múzeum gyönyörűen tükrözi ezt a forgatókönyvet.

¶ A második császárság idején épített magánvilla Párizs luxuskörnyezetében található, az arany háromszögtől nem messze, a Palais Galliera, Párizs divatmúzeuma és a Palais de Tokyo kortárs művészeti központ szomszédságában. Ez volt az a helyszín, ahova a személyre szabott Yves Saint Laurent-darabokat megrendelni és próbálni jöttek a kliensek egy olyan

[15] 2014-ben két Yves Saint Laurent-életrajzi filmet is bemutatottak: Jil Lespert Yves Saint Laurent és Bertrand Bonello Saint Laurent című filmjét. Az első kiszolgálja a Pierre Bergé építette kánont, és felépíti a zseniális harcos-társak és tökéletes párcapcsolat mítoszát, a második viszont Pierre Bergé érzelmi zsarnokságának történeteként meséli el ezt az összetartozás-történetet. A következő években valószínűleg sok minden tisztázódik majd Pierre Bergének az Yves Saint Laurent-kép alakításában betöltött szerepét illetően, és várhatóan a kultikus értelmezések kritikája – az itt említett filmben megjelenőnél komolyabban – is meg fog születni.

**A párizsi Yves Saint-Laurent Múzeum kiállítása**  
Luc Castel felvétele, Musée Yves Saint-Laurent







*a múzeumi terek  
a privát és  
nyilvános tér  
közötti törékeny  
határon  
szerveződnek,  
a nagypolgári  
szobák méretei  
megőrződtek, és  
a privát szalon  
jelleg a teljes  
múzeumban  
domináns marad*

*a látogatónak  
a rövidnadrágos-  
melegítő turisták  
láttán és között  
gyakran van olyan  
érzése, mint a  
kirándulók által  
megrohmozott  
templomi  
terekben: a nem  
rendeltetészerű  
használat zavarba  
ejtő tapasztalata*

korszakban, amikor ezeknek a ruháknak az ára egy Rolls Royce árával egyezett meg. A múzeum tudatosan törekszik arra, hogy a látogatót az a kitüntetetttség-érzést élje át, amit a ház kliensei a hetvenes–nyolcvanas években megtapasztalhattak: a bejáratnál öltönyös biztonsági őrök, majd kísérő-személyzet fogadja a turistát, akik felkísérik a kasszáig, és néhány üdvözlő szóval tájékoztatnak a múzeumi séta időtartamáról. A villa őrzi a korábbi szerkezeti felosztást: a múzeumi terek a privát és nyilvános tér közötti törékeny határon szerveződnek, a nagypolgári szobák méretei megőrződtek, és a privát szalon jelleg a teljes múzeumban domináns marad. Éppen ezért a ház egyszerre kevés látogatót lenne képes befogadni, viszont a látogatók számát csak felületesen korlátozzák, így gyakran van torlódás az egyébként aprólékos nézelődést megkívánó kiállítóterekben. Illetve a látogatónak a rövidnadrágos-melegítő turisták láttán és között gyakran van olyan érzése, mint a kirándulók által megrohmozott templomi terekben: a nem rendeltetészerű használat zavarba ejtő tapasztalata. Nyilván azzal a finoman érzékelhető kitüntetetttség-érzéssel együtt, ami a házat rendszeresen látogató klienseknek mindennapos lehetett. A terek berendezésekor a korábban említett három tárgycsoport egyformán hangsúlyos szerepet kap: a divatrajzok, a kiegészítők és a ruhák jó megvilágításban, finom asszociációkat lehetővé téve kerülnek egymás társaságába. Yves Saint Laurent divatrajzai kétségkívül a divatipar mítoszai: a hírhedten könnyen rajzoló művésze olyan felvétel is látható a múzeumban, amelyen tussal végigvezet és felépít egy figurát azzal a kommentárral kísérve, hogy csak el kell kezdeni, mert a vonal folytatni fogja önmagát, és a ruha gyakorlatilag szervesen, magától alakul a tusvonás alatt. A múzeum kétségkívül leglátványosabb eleme a harmadik emeleti dolgozószoba, amelyet olyannak látunk, ahogyan a tervező idejében is kinézett: az egyik oldalon végig nagy ablakos szoba, amely a nap minden szakában erőteljes nappali fényt kap, impozáns látvány és tökéletesen szervezett. A bejárattal szembeni üvegfal felerősíti a látványt, viszont a funkcionalitása is tagadhatatlan: a tervező elé bevonuló manökenekre így könnyen rá lehetett igazítani



Yves Saint-Laurent egykori lakóháza, a Villa Majorelle  
Marrakech, Marokkó



Az Yves Saint-Laurent Múzeum  
Marrakech, Marokkó

az Andy Warhollal  
való barátság  
nagyon fontos  
pontja  
a kanonizációnak

az öltözéket. Az ablakra néző íróasztalok mögött pedig könyves- és textíliás fal található. Az asztalokon mindazok az inspiráló tárgyak, portrék ott vannak, amik a művész életéről, motivációiról készült dokumentum- és fikciós filmekben, albumokban megjelennek. A legutolsó teremben pedig a ház különböző területekért felelős szakembereivel forgatott interjúk láthatók. Kétségkívül izgalmas dokumentumok: az öltözködéskultúra *fast fashion* előtti századának legelőkelőbb működési szintjéhez kapcsolnak lábjegyzeteket. A teljes tér koreográfiájához pedig még hozzátartozik az is, hogy az első kiállítótér előtt Andy Warhol négyes Yves Saint Laurent-portréja látható: az Andy Warhollal való barátság nagyon fontos pontja a kanonizációnak – a múzeum honlapján az 1968-as év kiemelkedő eseményeként olvashatunk róla. Azzal a megjegyzéssel, hogy a két visszahúzódo zseni alkati azonossága miatt is szimpatizált egymással.<sup>[16]</sup> A kiállítótérből pedig úgy lépünk ki, hogy Yves Saint Laurent és Pierre Bergé fekete-fehér portréja búcsúztat bennünket: az Yves Saint Laurent-i portré enyhén kiugrik Pierre Bergéé elé, ezzel is figyelmeztetve a jól megkomponált erőviszonyokra. A múzeum még egyéves fennállását sem ünnepelte, látogatói mutatói egyelőre magasak. De hogy ez a kultuszteremtés mennyire képes hosszú távon működni, kérdéses. Pierre Bergé hatása még erőteljesen érződik a francia művészeti mecénatúra berkeiben.

¶ Három, divat és múzeum kortárs viszonyát példázó jelenségre állt módomban kitérni ebben az írásban. A példákból jól látszik, hogy az elején idézett Bauman-féle diagnózis éppen annyira érvényes, mint amennyire meghaladott: a divat kétségkívül modellje a 20. századi, késő modern, látványorientált kultúrafogyasztásnak, de éppen annyira tanul is a kulturális iparágak területeitől. A kultuszépítés, az autentikusság modellje, amelyet a Musée Yves Saint Laurent esetében láthatunk, az irodalom és a magasan kanonizált művészeti szcénák inspirációját mutatja, de a divattervezők múzeumi megjelenítése a történet- és társadalomtudományos jelentésképzés stratégiáit is követi. Mindezt a hibridizáció és az átesztétizálás jegyében.

[16] Lásd: 1968 –  
Rencontre avec  
Andy Warhol. [mu-seeysparis.com/bi-ographie/rencontre-avec-andy-warhol](http://mu-seeysparis.com/bi-ographie/rencontre-avec-andy-warhol).

A Füzéri Tájház  
A szerző felvétele

