

## Ruhák a tárlóban – antikvitás, kifutó, művészet, tudomány?

Az evolucionizmus és a tipológiai kutatás a múzeumok ruhakiállításait kronológiai divatkavalkádokká tette, de az is lehet, hogy a civilizációs perspektíva, azaz a haladó divat – szemben a kezdetleges népviselettel – és a divat hatása ez utóbbira volt az, ami irányította őket. A ruha azonossá vált viselőjével. A háttérben bizonyára biológiai és szociálpszichológiai realitások álltak, melyeknek a természet és a társadalom adta az időtlen stabilitást, míg a történelmi-politikai és gazdasági-földrajzi folyamatok a változást motiválták. A kettős perspektíva egyik következménye, hogy a ruházatot egyrészt mint külső formát, mint a környezet és a történelem által meghatározott esztétikai tárgyat, másrészt mint belső jelentéssel bíró burkot fogták fel. Individuum, csoport, nem, osztály, szerep, státus és identitás természetes kategóriák és értelmezési modellek lettek az összes viseletkiállításon, jelenetként vagy társadalmi kontextusban ábrázolva. Amint valami kiállított tárgy lesz egy múzeumban, a művészetre és a régiségekre vonatkozó klasszikus stíluskritériumok határozzák meg. *Connaisseur*tárgy lesz belőle, amit tárlóban tekintenek meg, és ami önmagáért beszél mint drága elegancia. Egy antropológiai múzeumban ismét egzotikus műtárgy lesz a viselet. Előállnak a való élet paradoxonjai és a divat paródiái.

**A** viselet kiállítástörténete tükrözi a múlt kultúr- és művészettörténeti szemléletét.<sup>1</sup> A legkorábbi ruhák iránti múzeumi érdeklődés szentek relikviáira, haditrófeákra és -öltözetekre irányult, híres férfiak és nők emlékeire. Nem ritka, hogy jelentős személyiségek ruháinak darabjait csodatévő erővel megáldottnak hitték, gondoljunk csak Krisztus szemfedőjére. Az evolucionizmus és a tipológiai kutatás a múzeumok ruhakiállításait kronológiai divatkavalkádokká tette, de az is lehet, hogy a civilizációs perspektíva, azaz a haladó divat – szemben a kezdetleges népviselettel – és a divat hatása ez utóbbira volt az, ami irányította őket. A ruha azonossá vált viselőjével. A háttérben bizonyára biológiai és szociálpszichológiai realitások álltak, melyeknek a természet és a társadalom adta az időtlen stabilitást, míg a történelmi-politikai és gazdasági-földrajzi folyamatok a változást motiválták. A kettős perspektíva egyik következménye, hogy a ruházatot egyrészt mint külső formát, mint a környezet és a történelem által meghatározott esztétikai tárgyat, másrészt mint belső jelentéssel bíró burkot fogták fel. Individuum, csoport, nem, osztály, szerep, státus és identitás természetes kategóriák és értelmezési modellek lettek az összes viseletkiállításon, jelenetként vagy társadalmi kontextusban ábrázolva.

A viseletek tárlója a múzeumi ablak a divatra. Amikor a koppenhágai Rosenborg kastély, amelyet IV. Keresztély az 1600-as évek elején építtetett pihenőhelynek és művészeti gyűjteménynek, 1858-ban múzeumként megnyílt, a közönség megdöbben azon, hogy a gyűjteményeket nem hagyományos módon, az anyag alapján, hanem

kronológiai sorrendben állították ki. A kiállításnak tanulságosnak és nevelő célzatúnak kellene lennie. Ez olyan tradíció, amit megerősítettek a világkiállítások is, többek között a párizsi 1900-ban, amely történelmi és kortárs jeleneteket egyaránt bemutató harminc tablójával és beöltöztetett viaszbábuival inspirációul szolgált divattervezőknek, gyűjtőknek és viselettörténészeknek. Ekkor azonban megmerevedik a hitelesség. Amint valami kiállított tárgy lesz egy múzeumban, a művészetre és a régiségekre vonatkozó klasszikus stíluskritériumok határozzák meg. Connaissanceurtárgy lesz belőle, amit tárlóban tekintenek meg, és ami önmagáért beszél mint drága elegancia. Egy antropológiai múzeumban ismét egzotikus műtárgy lesz a viselet. Előállnak a való élet paradoxonjai és a divat paródiái.

De nem csak kultúrtörténeti témaként magától értetődő a viselet és a divat. Amikor a londoni Victoria és Albert Múzeum 2000-ben kiállítást rendezett *Art nouveau 1890–1914* címmel, teljesen hiányzott a divatruházat és az *haute-couture*, annak ellenére, hogy a kiállítás azt kívánta ábrázolni, hogy miként alakította a stílus a modernitás egy elemévé a vizualitást. Vajon ez a drámai döntés annak eredménye, hogy az *haute-couture* mint női fenomén nem olyan értékes, mint az üveg, a lakberendezés vagy az ékszerek? Egy másik értelmezés szerint viszont a divat autonóm, jellegzetes fenoménnek tekinthető, ami saját törvényeit és mechanizmusait követi – a Jugendstil idején a divat mint művészet még gyerekcipőben járt. A múzeum 2005-ös *Spectres: When Fashion Turns Black* című kiállítása olyan kavalkádot mutatott be, ami a történelemnek – egykori formáknak, öltözeteknek – a mai divatra gyakorolt hatásáról szólt (Clark 2005). A kérdés összefügg a klasszifikálás eljárásaival, az attitűdökkel és az érzésekkel. Mikor a ruhák emberekhez és róluk szóló történetekhez köthetők, drága régiségekké lesznek. 2005-ben a helsingborgi régiségvásáron egy dán kiállító felhívta a figyelmet a Hans Christian Andersen-emlékévre és Christian Thomsen „A császár új ruhája” figuráját árulta, amit 1911–1922 között gyártottak a koppenhágai Királyi Porcelángyárban. A Stockholmi Zálogházban 2004-ben eladtak egy egyszerű, világosbarna gyapjúinget, amit a német művész, Joseph Beuys készített és szignált, az ára 15 000 dollár volt. A Christiesnél New Yorkban 1997-ben Diana hercegnő ruhái kerültek árverésre, többek között egy fehér estélyi ruha, amelyet Gina Fratini tervezett a Hartnessnek, 85 000 dollárért. Ugyanez az aukciós ház kiárúsította 2000 tavaszán azokat a piros cipőket, amelyeket Judy Garland viselt Dorothyként az *Óz, a csodák csodájában* 1939-ben (4,8 millió svéd koronát ért). Londonban 2007 tavaszán egy aukción rekordösszegért (6,4 millió svéd koronáért) kelt el az a fekete ruha, amelyet Audrey Hepburn viselt az *Álom luxuskivitelben* című filmben (1960), az eladó a francia író, Dominique Lapierre volt, aki a pénzt egy kalkuttai gyermekotthonnak ajándékozta. A divatnak a modern időkben való előretörése és hatalma szempontjából meghatározó jelentőségű a film szerepe. Erre példa Hepburn és a divatdiktátor, Hubert de Givenchy egész életén át tartó kapcsolata. Andreas Huyssen kultúrkritikus művében, a *Twilight Memories*-ben 1995-ben megfogalmazta a modern kiállítás problematikáját: „Ami ma érdemes arra, hogy megragadjuk és elmélkedjünk rajta, az pontosan annak útja-módja, ahogy a múzeumi és kiállítási kultúra [...] különböző elbeszéléseit nyújthatja a jelentésnek egy olyan korban, amikor a modernitás nagy elbeszélései elveszítették meggyőzőerejüket, amikor egyre több ember akarja hallani és látni mások történeteit, amikor az identitások több-  
rétegekké válnak.” (Huyssen 1995:34.)

A helsinki Iparművészeti Múzeum 1985-ös, *Selyemút* című kiállítása a közép-ázsiai kultúra széles körű ábrázolása volt. Egy vitrinben még két sámánviselet is szerepelt Szibériából. Azonban ezeket úgy aggatták fel, mint az átlagos felöltőket, az elejükkel a közönség felé, amivel a ruhák alapvető – a háton látható – szimbolikája persze elveszett. Ez egy a sok példa közül, ahol a sok forma, szín, anyag, típus, felhasználási és meghatározási kánon – melyek könnyen megrészesítik a tárlatok készítőit – oda vezet, hogy csak az üres burok mutatkozik meg a kiállításon. A produktumközpontú látásmód a tartósítás, restaurálás és raktározás eredménye, nem pedig az emberiség ruháiról való alaposabb gondolkodásé.

Annak a nézetnek, hogy az öltözködés fontos kulturális jelenség, a ruháktól függetlenül kell kialakulnia, ami nem zárja ki a diakrón és szinkrón folyamatok figyelembevételét. Hiszen kevés társadalom modernizálódott sikeresen anélkül, hogy forradalmi átalakuláson ment volna keresztül a ruházat is, mivel az ember belátta az átváltozás hatalmát a társadalmi státusért folyó játékban. A történelem számtalan példát kínál olyan vezetőkre, akik megértették ezt, mint Nagy Péter az 1700-as évek elején, a török szultán, II. Mahmud az 1820-as években és Reza sah Iránban az 1920–1930-as években. De a perspektívák nem válhatnak „kötötté az élő vagy holt anyaghoz”.

Ahhoz, hogy az öltözködés teljes spektrumát bevonhassuk egy kiállításba, elvonatkoztatott nézőpontra is szükségünk van. Olyan nézőpontra, mely szerint az ember egyaránt gondolkodó szubjektum és objektum. Abból a kitételből, hogy az öltözködő ember számára csak saját maga lehet mérték, egy kényszerű kettősség következik. Nem kevésbé emiatt feltétlenül szükséges, hogy a kiállítás horizontján az öltözet az embertől függetlenül jelenjen meg. Ezt a kívülállóságot példázza mind kiállításmódjában, mind divatteremtés szempontjából Gianni Versace és a szürrealizmus.

A Victoria és Albert Múzeum 2002 őszén rendezte meg *The art and craft of Gianni Versace* címen retrospektív Versace-kiállítását. Százharminc divatkreációjával ez volt a legnagyobb kiállítás, amit a múzeum valaha divattervezőnek szentelt. A cél az volt, hogy Versace roppant eredetiségét és sokoldalúságát olyan innovatív technikai fejlődésként mutassák be, amelyhez a szépség keresése közben jutott el. A tervező újraalkotta a kézműves szerepét, technikai virtuozitással kombinálva azt, dacolva anyaggal és konvencionális designnal egyaránt. Manipulálta és kulturális vonatkozások széles skáláján alkalmazta az anyagokat. A kiállítás tematikailag nyolc összefüggés – szintér – szerint épült fel. A bevezetés megvilágította a divattervező szerepét a film és a hírességek világában, többek között Diana hercegnő ruhájának egy fotózásra készült modelljével. A „Courtyard” rész bőr- és hétköznapi ruhákat mutatott be, mindkét nem számára, míg a „Ballroom”-ban olyan estélyik szerepeltek, amelyeket Madonna hordott. A „History” Versace kulturális és történelmi forrású motívumait és stílusait ragadta meg, mint a görög meanderszegély és medúzafej, az észak-amerikai indián művészet, az olasz barokk és a vallásos ikonok. A kapcsolat divat és művészet között, még ha az popművészet is, „Art” néven jelent meg. A látványos, nagyságukban és részleteikben eltúlzott alkotások a „Theatre” színben, drámai megvilágításban szerepeltek. A divatház továbbélése, dinasztíája és jelene egy részleget kapott Versace hűgának és követőjének, „Donatellá”-nak nevével fémjelezve. Az utolsó, „The Study” egységben a közönségnek lehetősége nyílt arra, hogy közvetlenül megismerkedjen ruhákkal, technikával, szabással és anyaggal a cég archívumából. Ez vonatkozott többek

között azokra az összetett és meghökkentő anyagkombinációkra is, melyeket Versace kísérletezett ki. Itt kapott hangsúlyt az egyén alkotói szerepe magában a formatervezési folyamatban. Mivel a ruhák a kiállításon nagymértékben anyagi kultúraként jelentek meg, a tervező megszokott médiaképe a hírességek divattervezőjeként háttérbe szorult. Ily módon a múzeum elfoglalta a helyét abban a médiumban, amit a divat mint rendszer alkot, és kiemelte a kiállítások fontosságát a tervezői kreativitás által meghatározott ötletek körforgásában.

Az öltözetről mint kézművestermékről és mint ideálról alkotott sokrétű kép a divatot az anyagi kultúra művészeti produktumaként értelmezi. A divat önmagában hatalom nélküli, sikeressége a ruhák világában meghatározó fokon kötött azokhoz az ideológiákhoz, jelentésekhez és asszociációkhoz, melyeket a formatervezőnek sikerült látható alakba foglalnia. A divat hatalmi harca így a vonzás, érzés és szimbolizáció versenyévé lesz. Ebben a játékban a felöltözés és a levetkőzés, a látható és a láthatatlan a valódi szereplők az arénában.

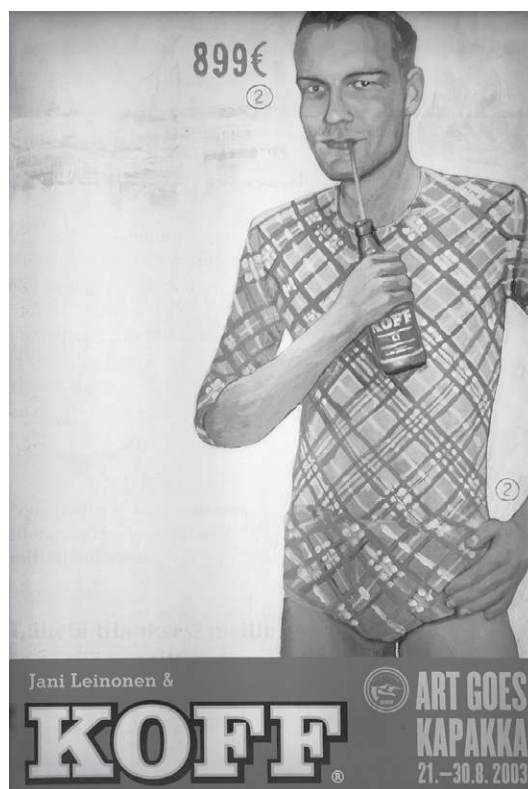
Amikor a szürrealizmus és a divat mint művészeti forma az 1930-as években kölcsönösen rabul ejtette egymást, kapcsolat jött létre a reális világ dolgai és a dolgok szellemi élete között. Ez különösképp kifejeződött az 1930–1940-es évek divatújságjaiban (Vogue, Harper's Bazaar), és ezzel párhuzamosan a filmben és a fotográfiában. A továbbiakban utalunk Richard Martin ragyogó tanulmányára a témában (Martin 1996). A szürrealisták megpróbálták megingatni a dolgok konvencionális „helyzetét”, megkérdőjelezni a szertartásost, az illendőt, a rangsoroltat, és az ellentétes kontextusokkal változó identitást próbáltak adni a dolgoknak. A test és részei újraértelmeződtek. Az esztétikai provokálta a humort. Az öltözet referenciája lett egy művészeti formának, amely kereste a csodát, álmokat valósított meg, illuzionizmust teremtett, és elsősorban a szem becsapásával élt, hogy egyszerre eltakarja és felfedje a csodálatosat a valóságos világban. A tükör olyan elem lett az öltözékben, ami a reálissal és a valótlannal játszott, de ami minden volt, csak nem váratlan. A szürrealizmusnak szüksége volt a nyelvre, a fantáziára és a divatra, titkosra, kontrollálatlanra és szabályozatlanra, ami kívül állt a józan ész világán. A divat olyan felületet jelentett, amely a maga korában védőmaszkot is kínált a külvilág zűrzavara és háborúi ellen. Az öltözet funkciója magában foglalta az elbeszélést, a misztikumot és a mély reflexiót. Hétköznapi ruhák csodás dolgokká lettek. A kiegészítő óraformát kapott, a fűzőből karkötő lett, és a női cipőből kalap. Azáltal, hogy egy dolgot izolálunk, módosítunk, és különféleket egybefoglalunk – például a varrógép, mint a nő, birtokolhatta a termékenységet és a szépséget is, míg az esernyő a férfit jelképezte. A férfikalap a maga részéről metaforává lett, a férfi metamorfózisává és metafizikájává. A test alakja hangszernek tekinthető, és a ruha is megformálhatja. A zene – ami absztrakt, intellektuális, csodálatos és misztikus – megvalósulhatott a reálisban és a láthatóban. A test biomorf formáit át kell rendezni, azoktól el kell vonatkoztatni és ruhákként kell versenyeztetni az anatómiával. Élő redőzésről beszéltek, és a test részeit autonóm tárgyakként látták. A természet, ami távol állt az urbánus világtól, inspirációt adott az erdők, a virágok és a pillangók formájában, melyek a földet transzcendentálissá formálták át. Christobal Balenciaga a viseletnek egy fa formáját adta (1967), Elsa Schiaparelli olyan női kalapot készített, amely ürökotletre hasonlított (1937 körül), Karl Lagerfeld sütemények alakjára formálta kalapjait (1984), és Salvador Dali a női testet némi erotikus

felhanggal komódfiókok (*drawers*) gyűjteményévé tette (1936), a szó ugyanis alsóneműt is jelent. A klasszikus szobrászati szépség is újra- és átértelmeződött. Így tudott a brit formatervező, Georgina Godley a „Shaped Underwear”-ben 1986-ban bemutatni egy női fehérneműt, amely erotikusan torzította el a testet. Nem kell sokáig keresni a párhuzamot az 1500-as évek divatjával. A hiúság tükre darabokra tört a ruházaton a szürrealizmus gondolataitól és leleplezésétől.

Így lettek a ruhák mint művészi alkotások teljesen autonóm tárgyak, amelyek a saját életüket élik, mint Dali *Night and Day Clothes for the Body* (1936) című gouache-képén, ahol a leleplezés és eltakarás, keménység és puhaság, világos és sötét kínálja azt a misztériumot, amely a ruha leglényegesebb paradoxonját adja.

A szürrealizmus előkészítette a talaját annak a nézetnek, amely a ruhákat tipikus műalkotásokként, nem pedig stílusjelenségekként vagy divattrendekként látja. A közeli kapcsolat fotográfia, film és a ruhák művészete között intenzívebbé vált, a művészek divatképeket állítottak ki műalkotásokként. Azáltal, hogy a művészet egyre inkább értelmezi viszonyát a korához, erősebbé vált a ruha-divat-művészet viszony, amit látni lehetett a stockholmi Moderna Museet 2005. tavaszi *Fashionation* című kiállításán. Az itt részt vevő divattervezők olyan ruhákat készítettek, amelyeket a valóságban is használtak, de amelyek tisztán művészeti összefüggésben is működőképesek voltak. Az új kollektciók bemutatása a kifutón egyre inkább performanszá alakult, állapította meg a kurátor Magnus af Petersens. A divat és művészet közötti határt átlépő munkákra Alexander McQueen említhető, aki megjelenésében botrányos haute-couture-ruhákat készít, melyeket a barokk és a szédítő gótika inspirál. Egy másik példa Yinka Shonibare, aki angol-nigériai háttérre építve 1700-as évekbeli kosztümjeiben keveri az afrikait-angolt-hollandot-indiait.

Az angol viseletkutató, Lou Taylor kiemelte az új témákat, amelyek közelítették egymáshoz a múzeumokat és az akadémiai kutatást, amelyekben az anyagi kultúra szempontjából tanulmányozták az öltözeteket, így nem csak egyfajta stílus kifejezésének vagy fogyasztási jelenségeknek tekintették őket. Többek között olyan kérdésekről van szó, mint a divat átértékelései, annak múltékony, illetve kulturális jelentései, a kulturális globalizáció, a kultúrák közti jelenségek, kérdések a design tárgyak hibriditásáról és komplex kulturális jelentésükről, valamint a nemzeti és kulturális határok kölcsönös átlépése. További témák a nemek közötti identifikáció a ruhák segítségével, kérdések, amelyek etnikus, helyi és nemzeti identitást érintenek jellegzetes ruhasztylusok részletes elemzésével vagy olyan öltözetek elemzése, amelyeket erős kívülállás színezt (vö. Taylor 2002).





A *De onämbara – Kalsongkultur (A megnevezhetetlenek – alsónemű-kultúra)* című kiállítás 2005 decemberében nyílt meg Helsinki Városi Művészeti Múzeumában, és a múzeum egész felső emeletét elfoglalta. Az ötletgazda a múzeum igazgatója, Berndt Arell művészetkutató volt, a tervezésért pedig Mikko Oranen, Arja Miller és Klas Fontell építész felelt. A kiállítás alapja egy körülbelül négyszáz férfialsonadrágból álló magángyűjtemény, valamint az 1920 és 2000 közötti időszakból származó kép-, szöveg- és reklámanyag volt, amivel Arell ismerkedett meg. Az anyag egy részét a tammerforsi Vapriikki Múzeumtól és a Nansos textilgyár archívumából kölcsönözték. A kiállításához kapcsolódott egy kutatási projekt a Finn Akadémián, amelyben a materiálisan megformált férfi képet vizsgálták, a szépségtől a hanyatlásig, *Portré, fétis, selejt* címen, e sorok írójá-

nak vezetése alatt. Részt vett a munkában Petri Sipilä is, aki speciálisan a nemek kulturális konstrukcióját vizsgálta.

Felmerült a kérdés: mit keresnek az alsóneműk a múzeumban? A kiállítás művészet és ruhák, tudomány- és múzeumszemlélet körüli kísérletté vált. A műalkotásoknak és ruhadaraboknak meg kellene kérdőjelezniük és át kellene törniük a határokat egy divattörténeti kavalkád számára, rámutatva annak korlátaira, és új látószögből tekintve az emberre/férfira, azáltal hogy láthatóvá tesszük a láthatatlant, és sokértelművé az egydimenzióst. A kérdések arra vonatkoztak, hogy miként épülnek fel a kulturális határok, formán és színen, stíluson és designon, funkción és luxuson, férfiasságon és nőiességen, divaton és hatalmon keresztül. „Azáltal, hogy a »tudatküszöb alattit« – az alsóneműket – történelmi és kortárs perspektívában vizsgáljuk, a »teremtés koronájának« képe láthatóbbá tehető. Ebben a projektben találkozik a képzőművészet és a tudomány” – állt a programnyilatkozatban.

De a kiállítás a modern médiavilág néződoboz-kultúrájának szatírája is, felszólítja a nézőt, hogy a levetkőzött férfit minden dimenziójában lássa, amire az alsóruházat asszociálni enged a dichotómiák szerint: művészet – nem művészet, esztétikus – ronda, látható – láthatatlan, megnevezett – névtelen, tudatos – nem tudatos, formatervezett divat – formátlan, luxus – használhatóság, individuum – kollektivitás, maszkulin – feminin. Két értelmezési síkon, az absztraháló mentálison, valamint a megkérdőjelező és a leíró konkrétan keresztül mutatná be a kiállítás tudományos profiljának hatalmát.

A *Császár új ruhája* munkacímből kiindulva két előkészítő éven át tárgyalták a test, az öltözködés és ezek kulturális anatómiájának perspektíváját, morált és higiénit, csúnyaságot és szépséget, a levetkőzött férfit és a férfiasságot – az erotikust, heroikust, humorost, a finn férfi „alsónadrág-kultúráját” mint klisé és sztereotípiát, márkát

és identitást. A kiállítás címjavaslatai olyan alternatívákat öleltek fel, mint: *A levetközött hatalom*, *Body Art*, *Névtelen férfiasság*, *Standards for Men*, *Grande Finale*, *Óvott és istenített*, *A láthatatlan hétköznap*, *A ruhák titkos világa*, *A meztelen igazság*, *A divat visszavonulóhelye*, *Egyszerű összetevőkből* – az asszociációk végtelennek tűnnek. Ugyanakkor azonban az idő, a tér, a társadalmi csoport, a történelem és a változás klasszikus értelmezési kereteit el akarták kerülni.

A kiállításrendezésben a márka és a vele kapcsolatos szövegek kiemelt szerepet kapnak, éppúgy mint az alsónadrágról szóló riportok és cikkek, például azáltal, hogy az anyagot kiállítják a tárlókban, kirakják az alsónemű-csomagolásokat és a reklám-szövegeket.

Mivel a műalkotások kínálata korlátozott, különösen a régebbieké és speciálisan ilyen ruhaneműké, húsz-egynéhány művészt kértek fel, hogy alkossanak a témában. A művészek festményekkel, rajzokkal, plakátokkal, installációkkal, fényképekkel és alsónemű alkotásokkal – olyan anyagokkal, mint bádóg, szövet, videofilm és kollázs – vettek részt. A falakat és a felületeket betöltő műalkotások és a különböző módon elrendezett alsóneműk közötti vizuális kontraszthatásra, valamint a test és a ruhák határátlépő perspektívájára törekedtek.

A kiállítás struktúrája négy témára épült fel, ezek alapján mutatták be az anyagot: *Hétköznap*, *Esztétika*, *Anonimitás* és *Nyelv*.

A Hétköznapot Minna Maija Lappalainen installációja vezette be a csúnyaság, szegénység, hideg, mosdatlanság és rongyosság asszociációit keltő, régi és megkeményedett alsónadrágban járkáló testekkel, valamint Riita Päiväläinen nagyméretű színes felvétele szárítón lógó, a hófúvásban megfagyott alsónadrágokról. Hosszú alsónadrágokat aggattak fel a két fal mentén, minden színben, használtakat, pompásakat és kifakultakat, szöveggel vagy anélkül, mint egy ruhaszárító kötélén. Szerepelt köztük a finn hadsereg standard alsónadrágja fehér gyapjúból, az „INT-41” modell. A Vapriikki Múzeum 1920–1930-as évekbeli alsóneműi napjaink modelljeivel összehasonlítva meglehetősen színtelenek és formátlanok, ennek ellenére a kiállításon – tárlókban, babákon – a helyük. Itt jött létre az első paradoxon a folyamat során: a múzeum restaurátorai tárlót követeltek az „értékes tárgyaknak”. Svante Sture gróf alsónadrágját 1567-ből, egy relikviát, amelyet az uppsalai dómtemplomtól kapott kölcsön a múzeum, nem lehetett csak úgy függesztve kiállítani, hanem üvegtárlóba kellett fektetni. Az ötlet az lett volna, hogy egy Sibbo-szigetvilágbeli halász bőr alsóneműjével, Angelo Líticos divattervező „Relax” elnevezésű, hálós, nejlonból és elasztánból készült alsóneműjével, valamint Kalle Hamm bádógból készült vértjével és alsónadrágjával együtt





állítják ki a ruhadarabot, hogy bemutassák az alsónemű elsődleges funkcióját, a védelmet és a ruhatípus időtlenségét. De a restaurátorok ideológiai elképzelése átalakította az 1500-as évekbeli jelentéktelen ruhadarabot, és antikvitássá emelte – mint ha legalábbis egy ezüstkészlet lenne a vitrinben.

Az Esztétika rész azt mutatta be, hogyan jelenítették meg a férfit – paradox módon – azáltal, hogy a divat eluralkodott legintimebb ruhadarabján, ahogy a test nyelvi formát öltött, és rátalált a mágiára, amit korunkban a szöveg és a reklám hozott létre, ahogy a reprezentációból prezentáció lett. Itt pompás mintájú boxeralókat állítottak ki, többek között a Nansos cég termékei közül, velük szemben pedig reklámképek voltak láthatók az 1950-es évektől, amelyek a trikóanyag fölényét hangsúlyozták. Erik Bruun grafikus ismert plakátja, amelyet a finn Hyvon márka részére készített 1957-ben, és amely évtizedekig a város közepén, a Fórum nevű negyedben volt látható egy ház tetején, tanúskodott arról, hogy miképpen jelent meg a belvárosi hivatalnokközegben az alsónemű. A művészek beengedték a humort az esztétikába. Klas Fontell építész kollázt

készített az alsónadrágokon szereplő mintákból: lovak, botok, anyacsavarok, csavarok, motorbiciklik, farkasok, bikák. A férfiasság szimbólumai miniatürizálva. Sanna Vainionpää egy ismert bank mintás borítékjából alkotott „kompozíciót alsónadrágokra”. Jani Leinonen megfestette a férfiak bikinijét, kockás mintával, elöl x és y variánssal, és Jukka Lehtinen egy padlótól plafonig érő installációt alkotott, ami három óriási, alsóneműanyagból készült lábszárból állt, amelyek bizonyos időközönként felfújódtak. A mű *Tuulta lahkeessa (Szél a vitorlában)* címen szerepelt. A reklámon keresztül, amit a művészet parodizált, nyilvánossá tették a szimbolikus hatalmat, miközben a férfi miniatürizálódott, és a nem kategóriája megsemmisült. A történelmi perspektíva kép- és szöveganyaggá korlátozódott a tárlókban, hirdetésekre és postai megrendelőkatalógusokra.

A harmadik téma, az Anonimitás, finnül Salattu: a titokban tartott, az elfedett. A keretet az európai kultúra szégyenérzete alkotta. Itt asszociáltak az álarcos férfira, aki mégis látszik a láthatatlanon keresztül, de a ruhadarabra is, amit túlexponáltak az erotikus, pornografikus, transzvesztita és fetiszista töltettel, amit magában hordoz. A műalkotások, többek között Arto Korhonen Boxer Joe alsónadrág-szériája az „Ár-

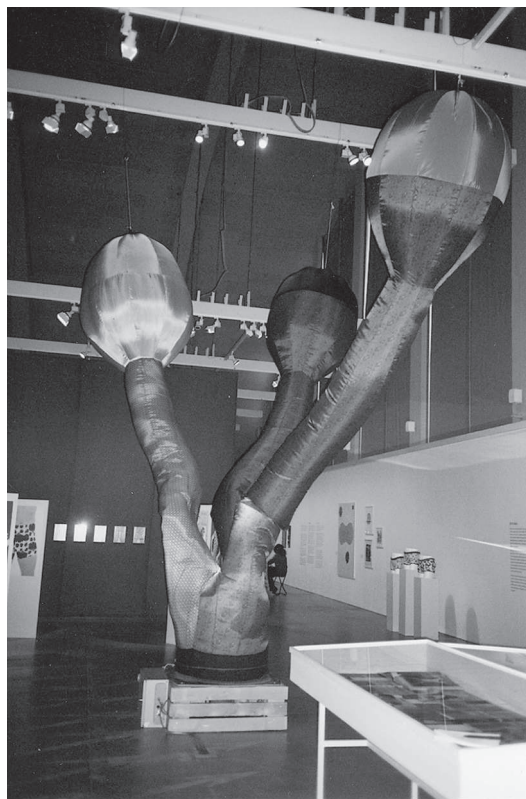


tatlanság” témában és Viggo Wallensköld hálószoba-jelenete és nem nélküli alakjai a test és a ruha viszonyában az intimitást hangsúlyozták. Az adott ruhadarab itt a férfiasság attribútumainak közönség elé állítása vagy eltakarása funkciójában szerepelt. Az ártatlan a kihívóban. Jouni Kujansuu *Labdák* című műve olyan futball-labdákkal készült installáció, melyben egy fej látható egy széken, néhány labdával és agyonmosott, elrongyolódott alsónadrágokkal, amelyek a genitáliákra engednek asszociálni, és az 1500-as évek szeméremfedőjéhez, a cod-piece-hez köthetők. Frida Hultcrantz *See You* című alkotása szürrealisztikus stílusban fogja meg a nemek, a magas és alacsony, a külső és belső, a látható és láthatatlan közötti feszültséget, és tartalmában tulajdonképpen az egész kiállításötlet ikonja.

Az oszlopokon részben a közkedvelt márkájú – például Sloggi, finn Black Horse, Hennes & Mauritz, Björn Borg és Calvin Klein – alsóneműk szerepeltek, részben exkluzív Versace, Armani, Bruno Banani és Dolce & Gabbana darabok. A színek: az agresszív fekete, az ellenálló sárga, a veszélyesen csábító vörös, kontrasztban a hétköznapi szürkéjével. Az alsónemű-csomagolások a forma és a kép feminizálódását hangsúlyozzák, ami a láthatóság attribútuma. A tárgyak is relativizálták a határokat test és ruha között, provokáltak és destabilizáltak a játékot a nemek között, de főként a test hatalmát demonstrálták a modern énnel, az ego uralmával szemben.

Az utolsó téma, a Nyelv, amit Férfiképeknek is neveztek, és ami a férfiasságot mint testnyelvet és mint a férfiak trónfosztását ragadta meg. Itt főként műalkotásokat állítottak ki. Egy kintoszokpanorámát láthatunk Tero Puhától *Man Gang Showroom* címen, amely úgy ragadja meg a szerepjátékot, hogy megmutatja, mit visel ruhái alatt egy csapat felöltözött fiatalember, míg Henry Wuorila-Stenberg önarcképe alsónadrágban a test sérülékenységét mutatja, amit a ruházat sem tud enyhíteni.

A kiállítás legpompásabb, ugyanakkor legkritikusabb műve, egy falhossznyi felaggatott rövid alsónadrág erotikus és pornografikus motívumokkal, Joona Braffs (Plastic Pony, Műanyag Póni csoport) alkotása – 3×3 figura részben rövid, részben hosszú alsónadrágban, a „Névtelenek” és a „Cím nélküliek”, mindegyik exkluzív művészi alkotás, amelyek az Art Wear irányzathoz sorolhatók. Itt megszűnik a határ tárgy és műalkotás között, a ruhanemű funkciója megsemmisül, és a ruha csak egyfajta műtárgy lesz. Ez megkérdőjelezi a metamorfózisok maradandóságát, és reflexióra szólít fel a ruha potenciáljáról és az ember pótolhatóságáról szóló hatalmi harcban, valamint az identitás és eredetiség vadászatában. Milyen lehetősége van az alakot öltött embernek, hogy visszatérjen az ősi formához? Joona Braff műalkotása úgyszólván visszavezette





a kiállítást a „tárlógondolkodáshoz”, a múzeum megvette a művet. Az alsónadrágok különleges *connaissance*tárggyá változtak. Az alsónadrágikon megfosztotta trónjától a divatot.

„Testburoktól műalkotásig” – így hangozhatott volna a kiállítás klisészerű címe. Hogyan fogadta a közönség az alsónemű-kultúra bemutatását és a megnevezhetetlent? A megnyitón megjelentek állítólag semlegesen, bizonytalanul viselkedtek, amit tovább erősített, hogy a megnyitó alatt a humoros „Nadrág nélkül” csoport tagjai letolt nadrággal, mintás és egyszínű, hosszú és rövid alsónadrágjaikat mutogatva sétáltak körbe.

Körülbelül nyolcezer fős közönség tekintette meg a kiállítást a két hónap alatt, amíg látható volt. A múzeum még hétvégi stúdiót is szervezett, ahol a látogatók alsóneműanyagot nyomhattak. Jelen volt, és kérdezni lehetett az alsónadrágokról Helena Lukalát, a Nansos cég ruhatervezőjét. A múzeum boltjában fekete boxeralsókat árultak az intézmény emblémájával, egy szemmel ellátva. A nézők száma kielégítőnek tekinthető. Körülbelül ötvenen válaszolták meg a kérdőívet arról, hogy mi a véleményük a kiállításról. A válaszok nem csak a konvencionális nézetet erősítik meg: „[...] jó vicc, szórakoztató és érdekes, »European style = light«, hatalmas, humoros, de egyoldalú, több reális adatot szerettem volna, elmélyülést, szokatlanul teljességében gondolkodó, mély benyomást tett, fantasztikus, egy más, érdekes kiállítás, tetszett a gyerekeknek, könnyen hozzáférhető téma, gondolatébresztő, nevetető és bohókás, több »hétköznapis esztétikát« a múzeumokba, ragyogó ötlet, vakmerő, emberközeli, felfrissítően gátlástalan, bájos, perverz, megérdemli a pápa kiátkozását, túlzások, bizarr, csalódás, túl sok alsónadrág van, több hangulatot, asszociációt, női aspektus?, nemi különbségek, nagyon tipikus és száraz, kellettek volna a női megfelelői a ruháknak, több évszám kellene a modellekhez és szöveganyagokhoz, ez nem művészet, és ízléstelen, a leg-

rosszabb, amit valaha láttam, hol a művészet?” „Japánból jöttünk, és igazán azt gondoljuk, hogy ez a fajta »művészet« rasszizmus a mi népünkkel szemben.” Ironikus kommentárok: „legyen tilos a gyerekeknek 18 alatt, figyelem, személyes trauma ért, férfigenitália (!)”.

A múzeum több mint húsz tárlatvezetője, akik megmutatták a kiállítást a csoportoknak, és követték a publikum reakcióit, elmondták, hogy a női látogatók szórakozva és humorral nézték a dolgokat, míg a férfiak akkurátusan és teljes komolysággal figyelték a szövegeket és a tárgyakat. Az iskolai osztályok tanárai mesélték, hogy a fiúk majdhogynem rendszeresen szokták „ottfelejteni” hosszú alsónadrágjaikat a tornaterem öltözőjében, így a gazdátlan alsónadrágokból az iskolának már figyelemre méltó gyűjteménye van. Vajon ez korai eszköz az anyák hatalmának leküzdésére?

A sajtó átlagos divatbemutatóként kezelte a kiállítást, változásról, datálásról és márkákról írt. Kivételt képeztek azok a cikkek, amelyek a témát a vizuális művészet egy jelenségeként tárgyalták, a megváltozott férfikép jeleként és határátlépőként a nemek hatalomterületének kérdésében, akár „egy vízbe húzott vonal” (Anu Uimonen írta ezt a legnagyobb finn napilapban, a *Helsingin Sanomat*ban).

Mi lett volna a perspektíva, amely kielégíti azokat, akik „több adatot” és történelmet vártak volna?

*Kollányi Julianna fordítása*

## JEGYZETEK

1. Megjelent a szerző Maktspel, i kläder. Om det osynligas kulturelle anatomi című művében (Jyväskylä: Schildts Förlags 2008, 193–207). Az illusztrációkat a kiadó hozzájárulásával közöljük. (A szerk.)

## IRODALOM

CLARK, JUDITH, ED.

2005 *Spectre: When Fashion Turns Back*. London: V&A Publications.

HUYSEN, ANDREAS

1995 *Twilight Memories. Marking Time in a Culture of Amnesia*. London – New York: Routledge.

MARTIN, RICHARD

1996 *Fashion and Surrealism*. London: Thames and Hudson.

TAYLOR, LOU

2002 *The Study of Dress History*. Manchester: Manchester University Press.

BO LÖNNQVIST

## Garments in the show-case – antiquity, cat-walk, art or science?

Evolutionism and taxonomic research has transformed museums' garment exhibitions into fashion shows. It could also be that this latter move has effected the former. Garments have been becoming one with their wearers. As research objects they has been looked upon from two perspectives. On the one hand as a phenomenon of high stability and on the other hand as a changing incident motivated by historical, political, economic and geographic processes. The result was that garments were interpreted partly as an external form, as an aesthetic object shaped by the actual environment and history, and partly as an inner shell loaded with symbolic meanings. Individuals, groups, genders, classes, roles, status and identity became natural categories and interpretive models for all costume exhibitions. At the moment something is exhibited in a museum it will be effected by criteria applied for art and antiquity. Garments are becoming exotic artifacts in an anthropological museum.