

Muz., 2022(63): 173-184
Rocznik, eISSN 2391-4815

data przyjęcia – 07.2022
data recenzji – 08.2022
data akceptacji – 09.2022
DOI: 10.5604/01.3001.0016.0471

WSTĘPNA DIAGNOZA DZIAŁAŃ ZWIĄZANYCH Z TKANINAMI, UBIORAMI I AKCESORIAMI MODOWYMI PODEJMOWANYCH PRZEZ POLSKIE INSTYTUCJE MUZEALNE*

INITIAL DIAGNOSIS OF ACTIVITIES CONNECTED
WITH TEXTILES, CLOTHES, AND FASHION
ACCESSORIES UNDERTAKEN BY POLISH
MUSEUMS

Monika Murzyn-Kupisz

Uniwersytet Jagielloński w Krakowie
ORCID 0000-0002-8482-970X

Dominika Hołuj

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie
ORCID 0000-0001-8532-4052

Abstract: Coinciding with a lively topical debate on the presence of textiles, fabrics, clothes, and fashion accessories in museum collections and activities, the paper aims at showing a wide range of projects and initiatives undertaken in recent years by Polish museums. The presented analyses and conclusions are based on the results of the national survey on museum operations in 2019–2021 conducted by the paper's Authors jointly with the National Institute for Museums and Public Collections in the first quarter of

2022, and allowing to review this phenomenon nationally. The survey's goal was to consider various formats of the presence of such objects and references to them in museums, both those of a more traditional character (e.g., including fashion-related exhibits in the museum collection, their conservation, studying, displaying in exhibitions), as well as of a newer character (e.g., cooperation with clothing companies and fashion designers, holding fashion shows, workshops, and fashion-related contests).

Keywords: fashion, fabrics, textiles, clothes, fashion accessories, museum collection, museum activity, Poland.

Wstęp

Tkaniny i ubiory oraz dodatki do nich stanowią niezwykle ważny element codzienności człowieka. Wytwarzane i noszone w wielu kontekstach, są przedmiotami użytkowymi, spełniają ważne funkcje symboliczne, jak również pozwalają na realizację praktyk kulturowych oraz wyrażanie tożsamości¹. Coraz częściej są rozpatrywane z perspektyw działań artystycznych, patrząc na modę jako na dziedzinę sztuk użytkowych². Powstają w konkretnych kontekstach historycznych i geograficznych. W naturalny sposób stały się więc częścią zbiorów muzealnych³. Artefakty „modowe” mogą zatem być istotną częścią kolekcji nie tylko muzeów o specjalistycznym charakterze, lecz także placówek posiadających wielodyscyplinarne kolekcje. Rosnące zainteresowanie tematyką mody na całym świecie jest w ostatnich dekadach odzwierciedlone m.in. w powstawaniu nowych wyspecjalizowanych muzeów, tworzeniu odrębnych działów dedykowanych tkaninom, ubiorom lub modzie oraz szerszej obecności mody w działaniach nieukierunkowanych na nią muzeów⁴. Współcześnie mogą one przy tym przyjmować postać działań zarówno w rzeczywistości, jak i wirtualnej przestrzeni muzealnej⁵. Podejmując tę tematykę, muzea współpracują z wieloma podmiotami, takimi jak np. projektanci i przedsiębiorstwa z branży⁶, instytucje szkolnictwa wyższego⁷, inne instytucje kultury, grupy rekonstruktorskie oraz społeczności lokalne i media. Są częścią (eko)-systemu mody, zarówno jako jednostki inspirujące, identyfikujące i definiujące jej wartości kulturowe, jak i wpływające na ekonomiczną waloryzację jej wytworów.

Podobnie jak w dziedzinie projektowania i produkcji odzieży, w przypadku których w ostatnich latach w kontekście krajów anglosaskich i europejskich obserwuje się swoistą transformację z patrzenia na nie z perspektywy tradycyjnego przemysłu lekkiego (jako branży uznawanej za schyłkową lub przynajmniej stagnującą) w kierunku funkcjonowania branży mody jako części bardziej obiecującego, współczesnego sektora kreatywnego⁸, także w muzeach nastąpiła w ostatnich dekadach zmiana podejścia. Zauważa się przejście z ukierunkowania na ubiór, w tym tradycyjny strój (*museums of costume*), na orientację „modową” (*fashion museums, museums of fashion*)⁹. Niektórzy autorzy mówią wręcz o współczesności (ostatnie dwie dekady) jako trzecim, szczególnie akcentującym zorientowanie na modę etapie zainteresowania tkaninami, ubiorami i akcesoriami modowymi przez muzea (przejście od tzw. *dress museology* do *fashion museology*)¹⁰. Powiązanymi sprawami są wybór obiektów uwzględnianych w kolekcjach muzealnych,

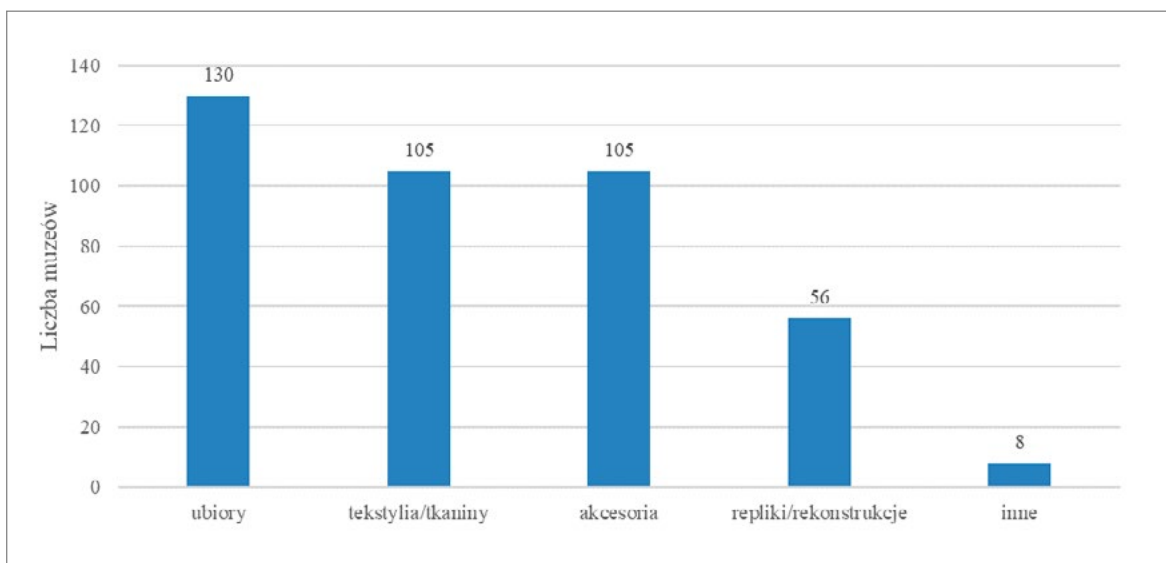
rozmaitych sposobów i powodów, dla których docierają one do muzeów, kierunków ich interpretacji oraz pokazywania publiczności (np. lokalna wytwórczość, stroje ludowe¹¹, liturgiczne, haute couture¹², strój codzienny) i wskazanie powodów ich muzealizacji¹³, a także kształtowanej wokół nich narracji i sposobu akcentowania wartości poszczególnych artefaktów. Pojawiają się pytania o istotne kwestie, takie jak np. legitymizacja wartości wytworów przemysłu odzieżowego i konkretnych projektantów¹⁴. Fakt, iż moda może być odzwierciedleniem różnic klasowych i społecznych, obrazuje szersze kwestie i dylematy społeczne oraz etyczne związane z relacjami płci, zróżnicowaniem etnicznym lub religijnym, pokazywaniem ciała ludzkiego, akcentowaniem wartości rękodzielniczej w opozycji do masowej produkcji przemysłowej itp.¹⁵ Kwestie obecności mody w muzeach odzwierciedlają także szerszą dyskusję na temat złożoności funkcji i oddziaływania muzeów¹⁶ oraz dylematy związane z funkcjonowaniem muzeów jako instytucji kolekcjonersko-badawczych przede wszystkim, lecz także jako miejsc społecznie istotnych oraz miejsc rozrywki i spędzania czasu wolnego¹⁷.

Metodologia badań

Zbiory związane z modą stanowią nieodłączną część wielu polskich kolekcji muzealnych¹⁸. Można dostrzec też rosnące zainteresowanie tą tematyką i poszerzanie katalogu działań dotyczących mody podejmowanych przez polskie instytucje. Choć problematyka ta była już przedmiotem analiz, zwłaszcza w zakresie praktyki muzeologicznej¹⁹, brakuje całościowych diagnoz wykraczających poza obecność tego typu zbiorów w kolekcjach czy studiów przypadku.

Celem artykułu jest zatem wstępna, ilościowa diagnoza obecności mody i artefaktów związanych z modą w polskich muzeach w ostatnich trzech latach, począwszy od poszerzenia kolekcji, przez działania konserwatorskie, działania naukowe, wydawnicze, wystawiennicze, po inne aktywności muzealne. Pod uwagę wzięto też podmioty, z którymi muzea współpracują w tej tematyce. Ze względu na ograniczenia w objętości tekstu szersza jakościowa analiza danych pozyskanych w badaniu ankietowym zostanie opublikowana w innych opracowaniach naukowych.

Dane na temat obecności mody w muzeach pozyskano dzięki badaniu ankietowemu zrealizowanemu we współpracy z Narodowym Instytutem Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów (NIMOZ) w pierwszym kwartale 2022 r. Ankiety skierowano do 268 muzeów, które zostały wybrane do



Opracowanie własne / Authors' own study

Wykres 1. Muzea posiadające w kolekcji ubiory, tkaniny/tekstylia i akcesoria oraz inne obiekty związane z ich projektowaniem, produkcją, sprzedażą i konsumpcją (w inwentarzu muzealnym według stanu na 31 grudnia 2021) (N = 147)

Chart 1. Museums having in their collection clothes, fabrics/textiles, and accessories and other objects related to their designing, production, sale, and consumption (in museum register as of 31 December 2021) (N = 147)

badania na podstawie wcześniejszej kwerendy (dobór celowy). Pod uwagę wzięto muzea, które we wcześniejszych badaniach NIMOZ wskazały, iż posiadają tkaniny, tekstylia lub ubiory w swoich kolekcjach, a także muzea, dla których takie zbiory zostały wykazane w przewodniku po polskich muzeach autorstwa Doroty Folgi-Januszewskiej²⁰. Bazę poszerzono o muzea, które posiadały słowa „moda” lub „włókiennictwo” w nazwie lub zostały zidentyfikowane na podstawie kwerendy internetowej przeprowadzonej w styczniu 2022 r. W przypadku muzeów oddziałowych, bez względu na liczbę oddziałów, dana instytucja muzealna wypełniała tylko jedną ankietę. W badaniach wzięło udział 147 placówek (zwrócono 55% ankiet) reprezentujących zróżnicowane typy muzeów, formy własności i organizatorów. Placówki te rekrutowały się ze wszystkich regionów Polski.

Tkaniny, ubiory, akcesoria oraz inne obiekty związane z modą w kolekcjach muzealnych

Muzealia dotyczące mody są immanentną częścią większości polskich zbiorów muzealnych. W analizowanej grupie muzeów aż 93% placówek rozpoczęło kolekcjonowanie muzealiów związanych z modą, tkaninami, ubiorami, tekstyliami i akcesoriami modowymi ponad dekadę temu. Ponad 3/4 jednostek kolekcjonuje je od początku swojego istnienia. W grupie placówek gromadzących wymienione zbiory dla 45% z nich stanowiły one według stanu na koniec 2021 r. wiodący lub znaczący wątek kolekcji muzealnej.

W kolekcjach ww. muzeów trzy główne kategorie tworzyły: ubiory (gromadzone w 88% placówek), akcesoria (w kolekcjach 71% placówek), tkaniny/tekstylia (71% muzeów). Mniej licznie reprezentowane były repliki/rekonstrukcje (w inwentarzach muzealnych 38% placówek) oraz

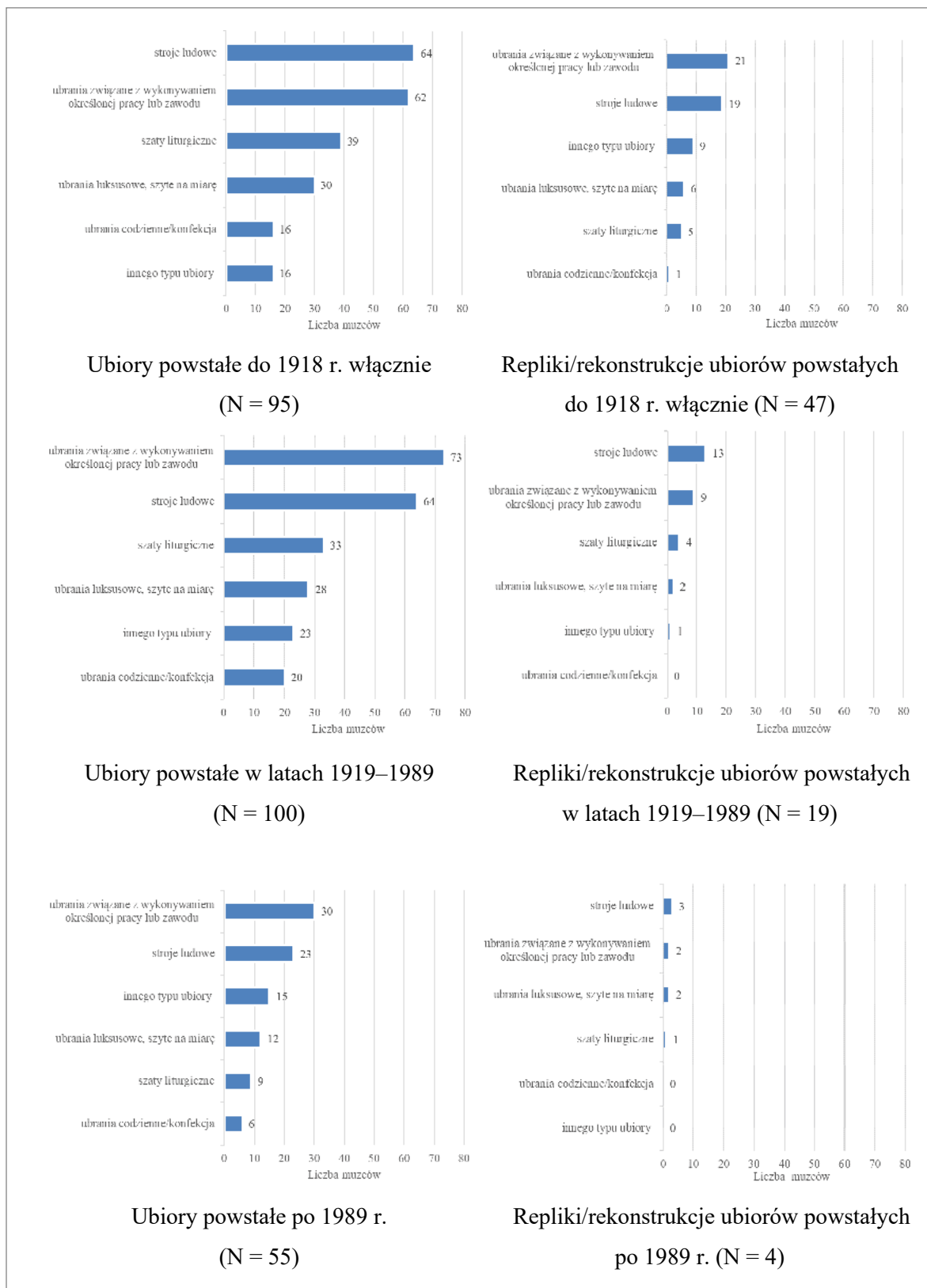
inne obiekty (w 5%) (wykres 1). W ankietach pytano także o wiek obiektów. Wpisując go w szerszą periodyzację dziejów Polski, wyróżniono ubiory powstałe do 1918 r. włącznie, w latach 1919–1989 i wyprodukowane po 1989 r.²¹

Podczas analizy rodzajów ubiorów oraz replik/rekonstrukcji ubiorów w zbiorach muzealnych według stanu na 31 grudnia 2021 r. (wykres 2–7) rysuje się dominacja obiektów związanych z wykonywaniem określonej pracy lub zawodu (np. mundury, uniformy i stroje służbowe), a także strojów ludowych. Przykładowo w kategorii ubiorów wyprodukowanych w latach 1919–1989 te mające związek z wykonywaniem zawodu obecne są w kolekcjach aż 73% muzeów, które gromadzą ubiory z tego okresu. Stroje ludowe powstałe do 1918 r. kolekcjonuje 67% placówek posiadających ubiory z tego okresu, w przypadku zaś ubiorów wyprodukowanych w latach 1919–1989 – odpowiednio 64%.

Kolejną licznie reprezentowaną kategorią są stroje liturgiczne i kapłańskie (szczególnie w kategorii ubiorów powstałych do 1918 r., w latach 1919–1989 oraz replik/rekonstrukcji ubiorów powstałych w latach 1919–1989). Ubiory typu haute couture w kategoriach ubiorów powstałych do 1918 r. i w latach 1919–1989 stanowią grupę kolekcjonowaną w ok. 30% muzeów posiadających odpowiednio ubiory powstałe do 1918 r. i w latach 1919–1989 oraz 22% muzeów posiadających ubiory wyprodukowane po 1989 r.

Znacząco mniej muzeów kolekcjonuje repliki/rekonstrukcje. Najczęściej są to repliki/rekonstrukcje obiektów powstałych do 1918 r., rzadziej odtwarza się stroje wyprodukowane po 1989 r. Niezależnie od okresu pochodzenia wzorów/wykrojów dla wykonania repliki/rekonstrukcji dominują tu dwie grupy ubiorów – wiążące się z wykonywaniem zawodu i stroje ludowe.

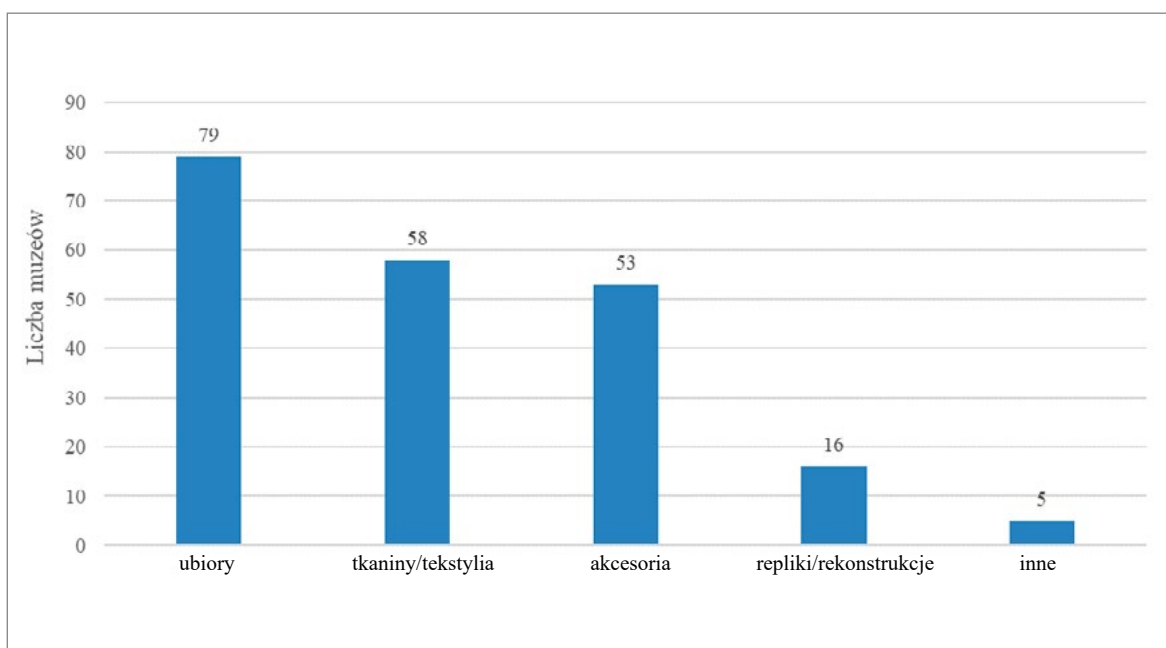
Interesująco, zróżnicowany zbiór stanowią inne typy ubiorów, w tym m.in.: fragmenty ubiorów, ubrania stanowiące pamiątki historyczne, związane z wydarzeniami historycznymi,



Opracowanie własne / Authors' own study

Wykres 2–7. Muzea posiadające określone rodzaje ubiorów oraz repliki/rekonstrukcji ubiorów w zbiorach (według stanu na 31 grudnia 2021)

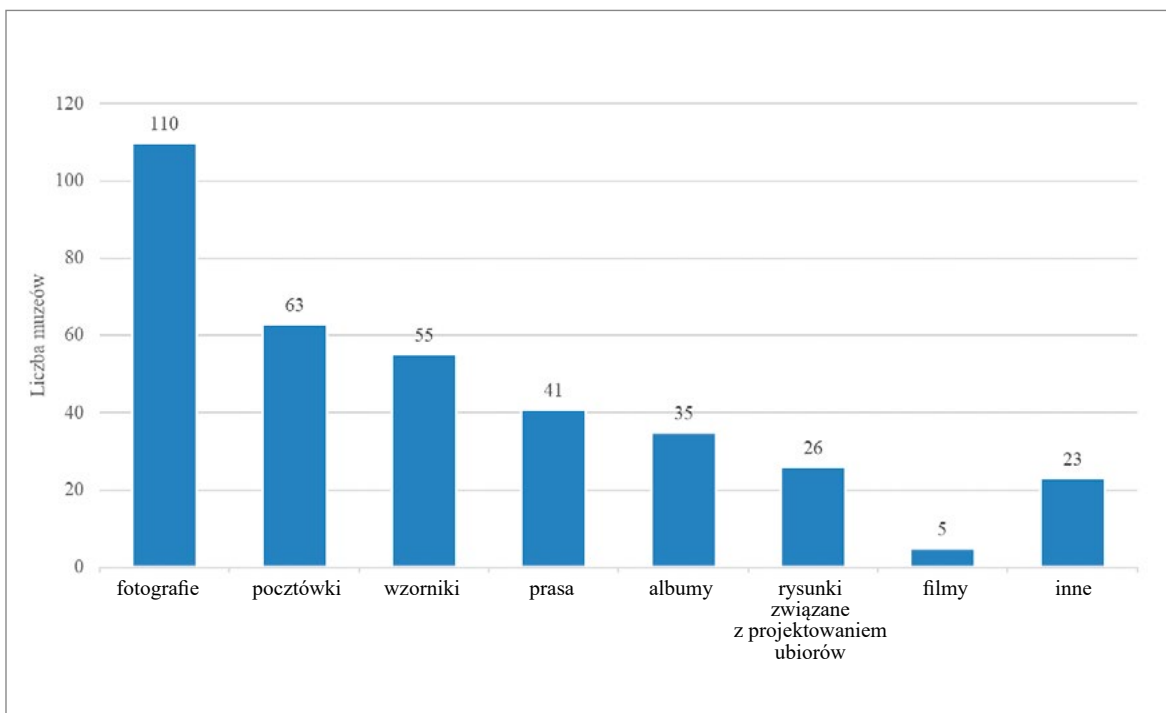
Chart 2–7. Museums having definite types of clothes or clothes' replicas/reconstructions in their collections (as of 31 December 2021)



Opracowanie własne / Authors' own study

Wykres 8. Muzea, które nabyły ubiory, tkaniny/tekstylia i akcesoria oraz inne obiekty związane z ich projektowaniem, produkcją, sprzedażą i konsumpcją w latach 2019–2021 z podziałem na grupy obiektów (N = 147)

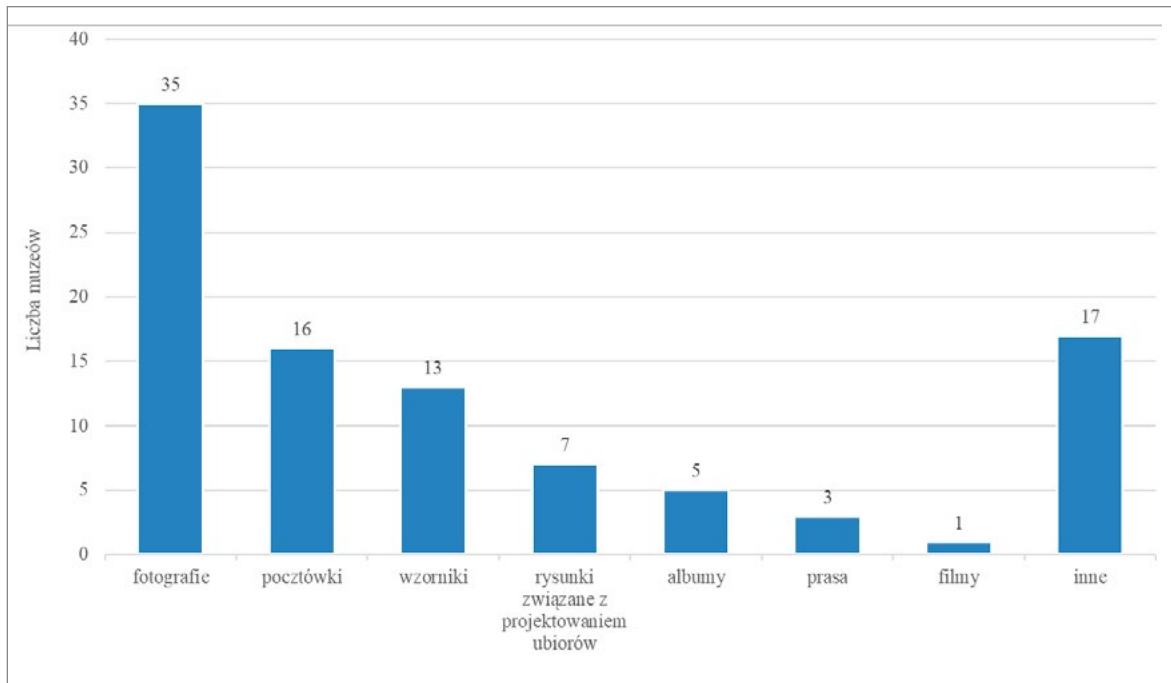
Chart 8. Museums which acquired clothes, fabrics/textiles, and accessories, as well as other objects related to their designing, production, sale, and consumption in 2019–2021 (divided into object categories) (N = 147)



Opracowanie własne / Authors' own study

Wykres 9. Muzea gromadzące artefakty związane z modą, tkaninami, ubiorami, tekstyliami i akcesoriami, ale niebędące tkaninami, ubiorami, tekstyliami i akcesoriami (według stanu na 31 grudnia 2021)

Chart 9. Museums collecting artefacts related to fashion, clothes, textiles, and accessories, which are not fabrics, clothes, textiles and accessories (as of 31 December 2021)



Opracowanie własne / Authors' own study

Wykres 10. Muzea, które nabyły artefakty związane z modą, tkaninami, ubiorami, tekstyliami i akcesoriami, ale niebędące tkaninami, ubiorami, tekstyliami i akcesoriami w latach 2019–2021

Chart 10. Museums which acquired artefacts related to fashion, fabrics, clothes, textiles, and accessories which are not fabrics, clothes, textiles and accessories in 2019–2021

kostiumy teatralne, ubiory odświętne, wizytowe, obrzędowe, stroje sportowe, mundurki harcerskie, uczniowskie, wyprawka niemowlęca. Szczególnie licznie występują one w zbiorze ubiorów wyprodukowanych po 1989 r. (gromadzi je 27% muzeów posiadających obiekty z tego okresu). Niezwykle ciekawą kategorią zbiorów są ubiory przynależne do innych kultur, takie jak kimona, sari czy sarongi.

Zbiory muzealne związane z modą, tkaninami, ubiorami, tekstyliami i akcesoriami modowymi to wciąż rozrastający się zasób. W latach 2019–2021 aż 70% muzeów pozyskało nowe obiekty do kolekcji, mieszczące się w tych kategoriach (wykres 8). Porównując strukturę nowych zbiorów z kolekcjami ogółem, widoczne są stałe wymiary zainteresowania placówek muzealnych w analizowanym obszarze. Wśród nowych wpisów do inwentarza dominują te związane z ubiorami (54% muzeów nabyło je w ostatnich latach, w stosunku do 88% muzeów, które posiadają je w swojej kolekcji). Równie licznymi kategoriami są akcesoria (nabyło je 39% muzeów, w kolekcji ogółem posiada je 71% placówek) oraz tekstylia/tkaniny (36% muzeów, z analogiczną 71% obecnością w kolekcjach analizowanych muzeów). Mniejszy odsetek muzeów zamawia repliki/rekonstrukcje ubiorów (11% placówek), w stosunku do 38% muzeów w analizowanej grupie, które posiadają je w kolekcji. Powodem może być fakt, iż tego typu obiekty często trafiają jako materiały pomocnicze czy edukacyjne do zbiorów muzeów, lecz nie do inwentarza muzealnego.

Muzea gromadzą także inne obiekty dotyczące analizowanej tematyki, ale niebędące tkaninami, ubiorami, tekstyliami i akcesoriami modowymi. Strukturę tych muzealiów według stanu na koniec 2021 r. przedstawia wykres 9,

a udział nabytków wpisanych do inwentarza muzealnego w latach 2019–2021 ujęto w wykresie 10. W ostatnich trzech latach ponad 35% muzeów nabyło obiekty w tej kategorii. Dominującą grupę zarówno w kolekcji ogółem, jak i w nabytkach z lat 2019–2021 stanowią fotografie (gromadzi je 75% placówek, a nabyło w ostatnich latach 23% muzeów). Podobny udział w strukturze mają pocztówki (43% muzeów posiada je w zbiorach, nabyło ostatnio 11%) i wzorniki (37% posiada w zbiorach, nabyło 9%). Ponad 1/4 muzeów posiada w zbiorach prasę związaną z modą, jednak jako nowe nabytki wzbogaciły one kolekcję jedynie w 2% muzeów. Podobnie 1/4 muzeów gromadzi albumy, jednak w ostatnich latach w tym wymiarze kolekcje rozszerzyło zaledwie 3% analizowanych placówek. Rysunki związane z projektowaniem mody znajdowały się w kolekcjach 18% muzeów, a w grupie nabytków były pozycją silniej reprezentowaną niż w kolekcji ogółem.

Tematyka mody znajduje też odzwierciedlenie w strukturze organizacyjnej muzeów. W 26% z nich w latach 2019–2021 zatrudniano pracowników specjalizujących się w tematach związanych z modą, tkaninami, ubiorami, tekstyliami i akcesoriami modowymi, a 12% muzeów posiadało własną pracownię konserwacji tkanin/ubiorów.

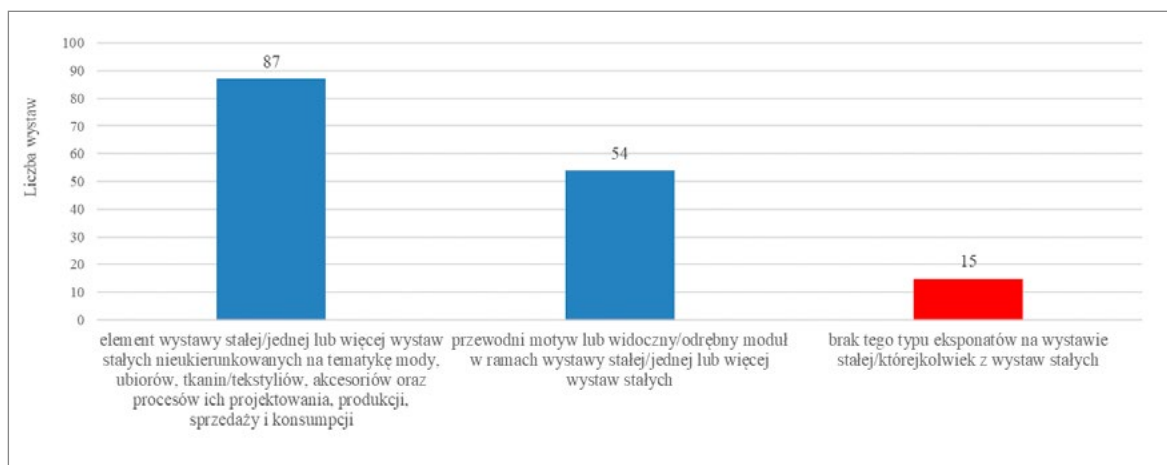
Moda a działalność wystawiennicza muzeów

W latach 2019–2021 muzea prezentowały 156 wystaw stałych, na których w różnym stopniu obecna była tematyka mody (wykres 11). Jedynie cztery placówki (ok. 3%) nie miały wystaw stałych uwzględniających to zagadnienie. W 56% wystaw pojawiała się ona na wystawach stałych, które nie

były ukierunkowane bezpośrednio na modę. W opinii pracowników badanych muzeów ponad 1/3 wystaw jako motyw przewodni lub widoczny/odrębny moduł wystawy zawierała eksponaty związane z modą, tkaninami, tekstyliami i akcesoriami miodowymi.

W latach 2019–2021 1/3 badanych muzeów prezentowała wystawy czasowe, których motywem przewodnim była analizowana tematyka. Zrealizowano 75 wystaw, z czego dominowały organizowane samodzielnie (45%), ok. 1/3 powstała we współpracy z innymi podmiotami, zaś ok. 20%

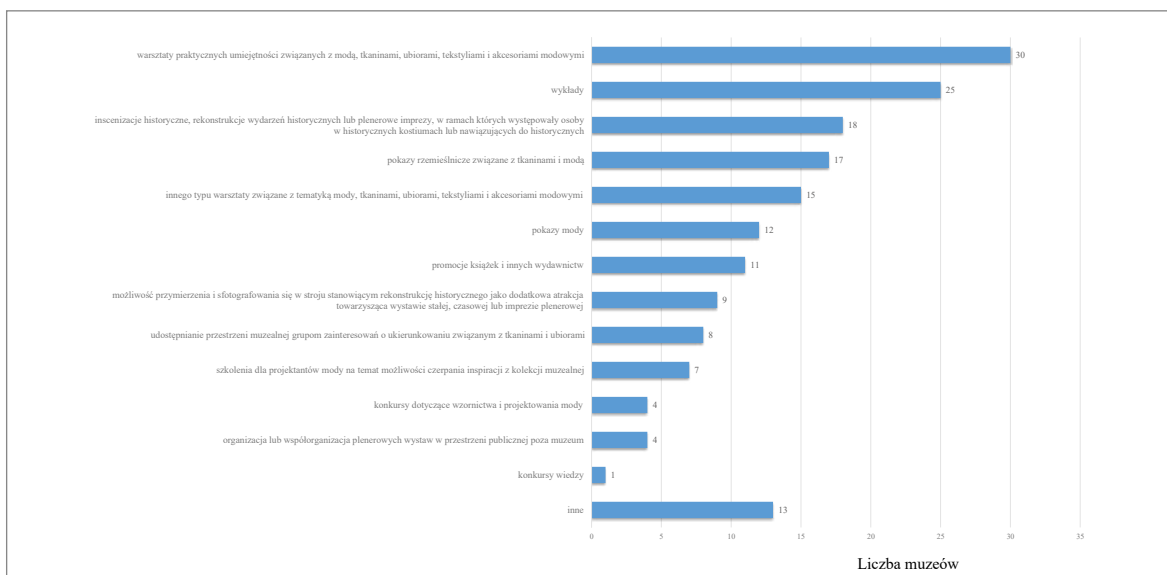
to wystawy wypożyczone/użyczone. W analogicznym okresie 20% muzeów prezentowało wystawy czasowe, których istotnym modułem była tematyka mody, tkanin, ubiorów, tekstyliów i akcesoriów miodowych (49 wystaw). Ponad połowę z nich (59%) przygotowano samodzielnie, 35% – we współpracy, 6% wystaw stanowiły te wypożyczone lub używane. W latach 2019–2021 ponad 1/3 muzeów wypożyczała lub użyczała eksponaty z własnej kolekcji na wystawy o tematyce związanej z modą, tkaninami, ubiorami, tekstyliami i akcesoriami miodowymi innym instytucjom.



Opracowanie własne / Authors' own study

Wykres 11. Wystawy stałe, na których odnotowano obecność eksponatów związanych z modą, ubiorami, tkaninami/tekstyliami i akcesoriami oraz z projektowaniem, produkcją, sprzedażą i konsumpcją w okresie 1 stycznia 2019 – 31 grudnia 2021 (N = 156 wystaw)

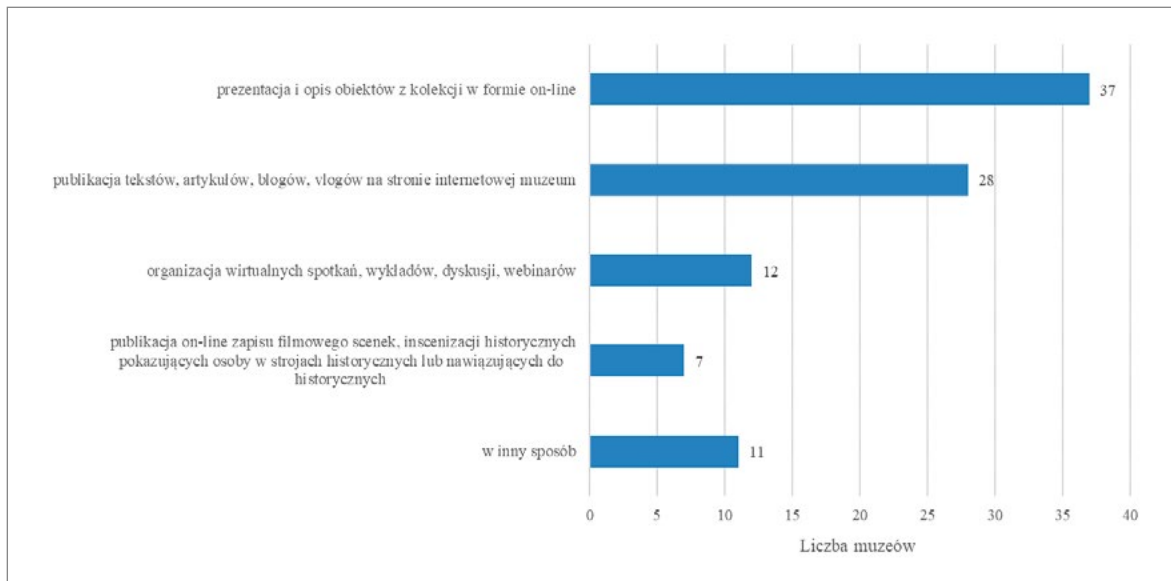
Chart 11. Permanent exhibitions with recorded presence of exhibits related to fashion, clothes, fabrics/textiles, and accessories, and those related to their designing, production, sale, and consumption in 1 January 2019 – 31 December 2021 (N = 156 exhibitions)



Opracowanie własne / Authors' own study

Wykres 12. Muzea podejmujące działania z zakresu upowszechniania tematyki mody, ubiorów, tkanin/tekstyliów i akcesoriów oraz ich projektowania, produkcji, sprzedaży i konsumpcji w ramach działalności edukacyjnej i promocyjnej muzeów realizowanej w formie stacjonarnej w latach 2019–2021

Chart 12. Museums promoting topics related to fashion, clothes, fabrics/textiles, and accessories and to their designing, production, sale, and consumption as part of their education and promotion on-site activity in 2019–2021



Opracowanie własne / Authors' own study

Wykres 13. Muzea prowadzące działania on-line z zakresu upowszechniania tematyki mody, ubiorów, tkanin/tekstyliów i akcesoriów oraz ich projektowania, produkcji, sprzedaży i konsumpcji

Chart 13. Museums running online activities aimed at disseminating topics of fashion, clothes, fabrics/textiles, and accessories, and those related to their designing, production, sale, and consumption

Moda a inne formy działalności polskich muzeów

Realizacja projektów badawczych

W analizowanej zbiorowości muzeów (N = 147) 11% prowadziło programy badawcze związane z modą, tkaninami, ubiorami, tekstyliami i akcesoriami modowymi. Zdecydowana większość (68%) dotyczyła kultury ludowej, regionalnego wzornictwa, technik produkcji i zdobienia. Pojedyncze działania naukowe wiązały się z badaniem ubiorów innych grup społecznych. Można dostrzec powiązanie badań nad modą, ubiorami, tkaninami z lokalnym dziedzictwem niematerialnym. Są to głównie badania dotyczące nie tylko kultur regionalnych, ale także kultury miejskiej.

Działalność wydawnicza

1/5 analizowanych muzeów prowadziła działalność wydawniczą w badanym temacie. Znakomita większość publikacji związana była w różny sposób z działalnością wystawienniczą, zarówno w wymiarze ekspozycji stałej, jak i wystaw czasowych. Publikacje muzealne przybliżały i rozwijały wiedzę o zbiorach placówki, jak i stanowiły formę zwrócenia uwagi, zwiększenia zainteresowania niekiedy dość nieoczywistymi elementami kolekcji muzealnej. W ramach promocji wystaw czasowych publikowano: katalogi wystaw, broszury rozwijające tematykę podejmowaną na wystawach, wzorniki, albumy czy wydawnictwa edukacyjne. Publikacje były także pokłosiem prowadzonych badań i projektów naukowych. Muzea wydają również własne periodyki naukowe, na których łamach prezentują efekty działań związanych z analizowaną tematyką.

Inne formy upowszechniania

Badaniem objęto szeroko rozumianą tematykę upowszechniania wiedzy, wykraczającą poza przedstawione wcześniej działania. Mając na względzie szczególną sytuację epidemiczną w analizowanym okresie, odrębnie analizowano aktywności związane z modą, tkaninami, ubiorami, tekstyliami i akcesoriami modowymi, prowadzone w formie stacjonarnej, osobno te podejmowane jako działalności w przestrzeni wirtualnej.

Oprócz wystaw ponad 1/3 muzeów organizowała w latach 2019–2021 wydarzenia o tematyce związanej z modą, tkaninami, ubiorami, tekstyliami i akcesoriami modowymi w formule stacjonarnej. Szczegółowe formy tych działań ujęto w wykresie 12.

Poza wystawami najbardziej popularną formą upowszechniania tematyki mody była organizacja warsztatów, podczas których uczestnicy uzyskiwali praktyczne umiejętności (np. szycie, krojenie, haft, koronka, tkanie, upcycling itp.). W latach 2019–2021 wydarzenia tego typu zorganizowało 30 muzeów. 90% muzeów prowadzących warsztaty kierowało je do ogółu odbiorców oferty muzealnej. Z kolei niespełna połowa proponowała warsztaty dla określonych grup wiekowych, a 20% – wybranych innych grup społecznych (np. dla studentów, rzemieślników, twórców ludowych, projektantów mody, nauczycieli, zespołów folklorystycznych, mieszkańców małych miast i obszarów wiejskich, niepełnosprawnych). 43% muzeów przygotowywało warsztaty jako wydarzenie towarzyszące wystawom związanym z analizowaną tematyką.

Nieomal równie często organizowane były wykłady (25 muzeów), a dalej: inscenizacje historyczne, rekonstrukcje wydarzeń historycznych lub plenerowe imprezy, w ramach których występowały osoby w historycznych kostiumach lub nawiązujących do historycznych (18 placówek), pokazy rzemieślnicze związane z tkaninami i modą (17 muzeów) czy

też innego typu warsztaty dotyczące mody, tkanin, ubiorów, tekstyliów i akcesoriów modowych (15 muzeów). Muzea dawały też możliwość zaprezentowania uczestnikom warsztatów efektów ich pracy. Na uwagę zasługują aktywności, w które włączeni byli projektanci mody. Organizowano: pokazy mody (12 muzeów), szkolenia na temat możliwości czerpania inspiracji z obiektów znajdujących się w kolekcji muzealnej (7 muzeów), konkursy dotyczące wzornictwa i projektowania mody (4 placówki), a nawet udostępniano przestrzeń muzealne zewnętrznym organizatorom targów mody czy rzemiosła. Ciekawą formą urozmaicenia oferty muzealnej było stworzenie możliwości przymierzenia i sfotografowania się w rekonstrukcji stroju historycznego (9 placówek). Oprócz wymienionych aktywności muzea przygotowały także lekcje muzealne.

W obliczu pandemii muzea zaktywizowały swoją działalność związaną z udostępnianiem treści „modowych” w formie wirtualnej (wykres 13). Aż 39% spośród 147 placówek prowadziło w latach 2019–2021 działalność w zakresie upowszechniania analizowanej tematyki, wykorzystując różne możliwości przekazu wirtualnego (większy odsetek niż w przypadku tych, które wykazały zaangażowanie w upowszechnianie w formie tradycyjnej). Obejmowała ona głównie prezentację obiektów z kolekcji w formie on-line (25% jednostek) oraz publikację tekstów, artykułów, blogów, vlogów o tej tematyce na stronie internetowej (19%).

Swoistą formą współpracy muzeów z sektorem odzieżowym i tekstylnym jest sprzedaż ich wyrobów w sklepie muzealnym. Aż 124 instytucje, tj. 84% muzeów objętych

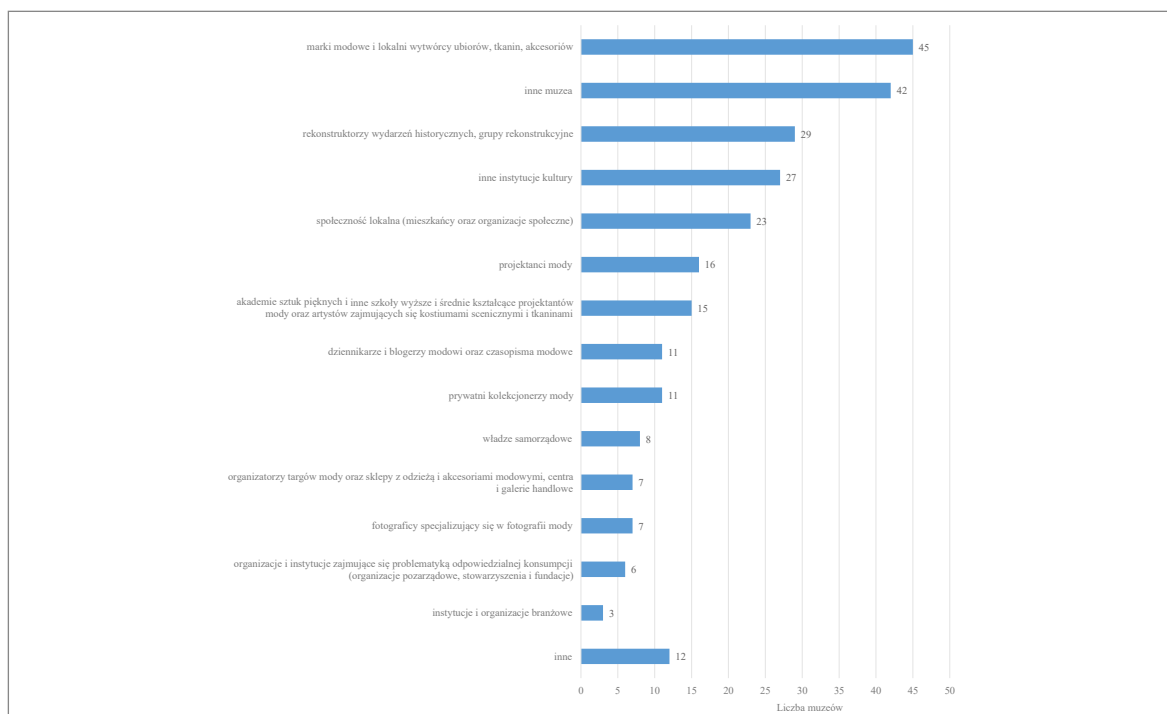
badaniem, prowadziły sklep lub księgarnię muzealną, z czego 2/3 posiadało asortyment związany z modą, tkaninami, ubiorami, tekstyliami i akcesoriami modowymi.

Muzea jako część ekosystemu mody

Przeprowadzone badania pozwoliły na zidentyfikowanie głównych grup podmiotów, osób czy instytucji, z jakimi muzea podejmują wspólne działania związane z modą, tkaninami, ubiorami, tekstyliami i akcesoriami modowymi. W latach 2019–2021 we współpracy z otoczeniem angażowało się 65% badanych placówek (wykres 14).

Najczęściej podejmowano działania z markami modowymi, lokalnymi wytwórcami ubiorów, tkanin i akcesoriów (31% muzeów), z innymi muzeami (29%), rekonstruktorami wydarzeń historycznych i grupami rekonstrukcyjnymi (20%) czy innymi niż muzea instytucjami kultury (18%) oraz społecznością lokalną i jej organizacjami (16%). Kolejno uplasowały się osoby i instytucje związane z edukacją w analizowanym zakresie, projektowaniem mody czy jej prezentacją (akademie sztuk pięknych i inne szkoły wyższe i średnie kształcące projektantów mody oraz artystów zajmujących się kostiumami scenicznymi i tkaninami – 10%; dziennikarze i blogerzy oraz czasopisma modowe – 7%). 7% muzeów współpracowało z prywatnymi kolekcjonerami mody.

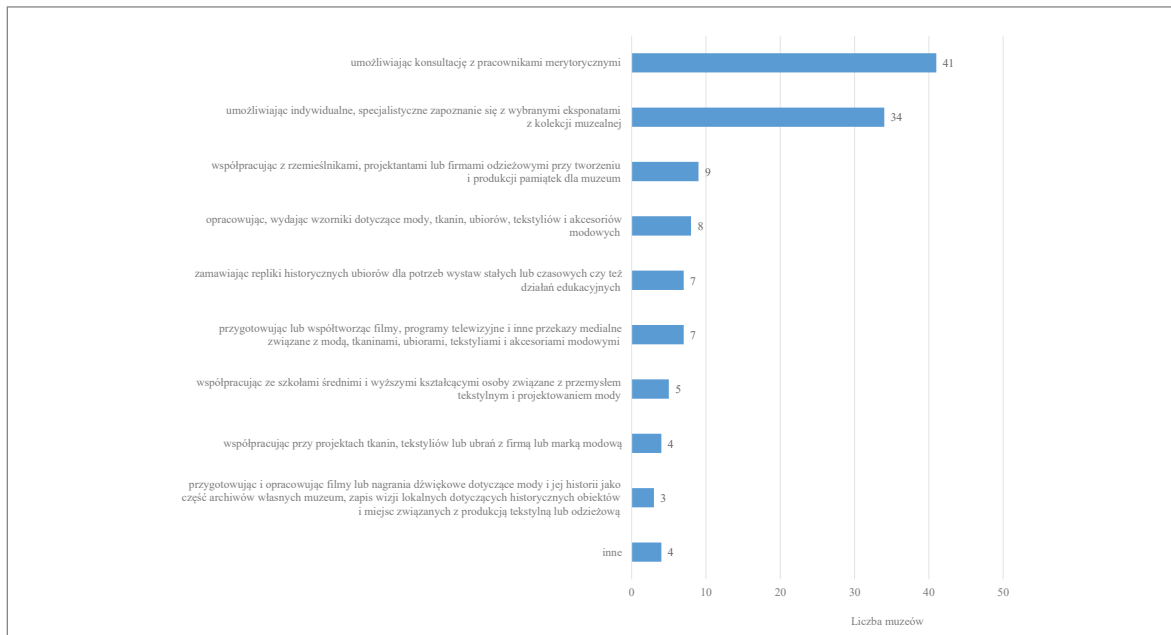
Istotnym wymiarem relacji muzeów z otoczeniem była współpraca z rękodzielnikami i producentami odzieży i tekstyliów, mająca na celu umożliwienie im zaprezentowania swoich wytworów oraz ich sprzedaży. Ze względu na fakt, iż



Opracowanie własne / Authors' own study

Wykres 14. Muzea współpracujące z otoczeniem społeczno-gospodarczym w zakresie działań związanych z modą, ubiorami, tkaninami/tekstyliami i akcesoriami oraz z ich projektowaniem, produkcją, sprzedażą i konsumpcją w latach 2019–2021 (N = 95)

Chart 14. Museums cooperating with their socio-economic environment in activities related to fashion, clothes, fabrics/textiles, and accessories, and to their designing, production, sale, and consumption in 2019–2021 (N = 95)



Opracowanie własne / Authors' own study

Wykres 15. Muzea umożliwiające czerpanie inspiracji z kolekcji muzealnej firmom odzieżowym, projektantom mody oraz rękodzielnikom w latach 2019–2021 oraz formy i sposoby udostępnienia/wsparcia (N = 47)

Chart 15. Museums permitting clothing companies, fashion designers, and craftspeople to draw inspiration from their museum collection in 2019–2021 with forms and ways of making them accessible/support (N = 47)

znacząca część okresu objętego badaniem to czas obustronnych pandemii, stąd też szczególną uwagę zwrócono na imprezy plenerowe organizowane przez muzea. Prawie 1/4 muzeów przygotowywała tego typu imprezy. Łącznie zidentyfikowano 55 różnych wydarzeń (licząc imprezy według nazwy, nie liczby edycji), z czego ponad 75% to wydarzenia cykliczne. Z uwagi na pandemię w kolejnych latach liczba wydarzeń (edycji) znacząco się różniła (w 2019 r. – 53 wydarzenia; w 2020 – 14, w 2021 – 38). Dominowały imprezy związane z kulturą ludową i folklorem (82%).

Około 1/3 muzeów umożliwiała czerpanie inspiracji z kolekcji muzealnej firmom odzieżowym, projektantom mody oraz rękodzielnikom, przy czym stosowano różne sposoby i formy dzielenia się wiedzą, dostępem do eksponatów itd. Szczegółowe ich zestawienie zawarto w wykresie 15.

W analizowanej strukturze zdecydowanie dominują konsultacje z pracownikami merytorycznymi (28% muzeów) oraz umożliwienie indywidualnych, specjalistycznych studiów wybranych eksponatów z kolekcji (23% muzeów). Pozostałe formy miały dużo mniejsze znaczenie, choć należy zwrócić uwagę na ich zróżnicowanie. Muzea korzystały też z wiedzy, doświadczeń i zasobów podmiotów zewnętrznych. 1/5 analizowanych placówek zlecała podmiotom zewnętrznym konserwację tkanin lub ubiorów i akcesoriów mody z kolekcji muzeum. Otoczenie stanowiło także inspirację i źródło wiedzy dla muzeów.

Uwagi końcowe

Opierając się na wynikach ogólnopolskiej ankiety, w artykule omówiono charakter polskich zbiorów muzealnych dotyczących mody oraz kwestie poszerzania kolekcji

muzealnych o nowe obiekty z zakresu tej tematyki. Starano się podkreślić, iż oprócz najbardziej widocznych inicjatyw wystawienniczych muzea angażują się w wiele innych działań związanych z modą, także on-line, współpracując z branżą odzieżową i projektantami mody, wpływając na nią bezpośrednio lub pośrednio, inspirując nowe projekty ubiorów lub wspomagając branżę i umożliwiając sprzedaż jej wytworów. W trakcie analizy wyróżniono zatem cztery główne typy działań muzealnych dotyczących mody w polskich muzeach: 1) działania ukierunkowane na rozwijanie i konserwację kolekcji; 2) działania wystawiennicze; 3) inne działania muzealne o charakterze inspirującym, upowszechniającym i edukacyjnym; 4) tworzenie możliwości promocji i bezpośredniej sprzedaży wytworów branży mody. Wszystkie typy działań są równolegle podejmowane przez szczególnie aktywne na polu mody placówki, co zdaje się wypadkową szeregu uwarunkowań zarówno o charakterze wewnętrznym (skala działalności i specyfika muzeum), jak i zewnętrznym (organizator, lokalizacja). Kwestia ta wymaga dalszych, pogłębionych analiz ilościowych i jakościowych. Winny one dotyczyć zarówno prób wyjaśnienia intensywności działań związanych z modą, podejmowanych przez poszczególne, zwłaszcza wiodące w skali kraju, placówki, jak i kierunków oraz charakteru tych działań. Niezwykle ciekawą kwestię stanowi m.in. to, czy ze względu na skalę działalności, lokalizację czy specyficzny typ muzeów (np. etnograficzne oraz muzea na wolnym powietrzu) pewien rodzaj placówek angażuje się w odmienne aktywności²². Konieczna jest także szersza jakościowa analiza wyników badań, pokazująca konkretne przykłady poszerzania kolekcji oraz działań poszczególnych placówek²³.

Streszczenie: Wpisując się w ożywioną, aktualną dyskusję na temat obecności tekstyliów, tkanin, ubiorów i akcesoriów modowych w kolekcjach oraz działaniach muzealnych, celem artykułu jest pokazanie szerokiej gamy przedsięwzięć i inicjatyw podejmowanych w ostatnich latach przez polskie muzea. Przedstawione analizy i konkluzje opierają się na wynikach ogólnopolskiej ankiety dotyczącej działalności muzeów w latach 2019–2021, przeprowadzonej przez autorki we współpracy z Narodowym Instytutem Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów w pierwszym kwartale

2022 r., pozwalającej na całościowe pokazanie tego zjawiska w skali kraju. Założeniem ankiety było uwzględnienie różnych wymiarów obecności tego typu obiektów i nawiązań do nich w muzeach, zarówno tych o bardziej tradycyjnym charakterze (np. uwzględnianie obiektów dotyczących mody w kolekcji muzealnej, ich konserwacja, badania z nimi związane, pokazywanie w ramach wystaw), jak i nowym (np. współpraca z firmami odzieżowymi i projektantami mody, organizacja pokazów mody, warsztatów i konkursów mających związek z tym tematem).

Słowa kluczowe: moda, tkaniny, tekstylia, ubiory, akcesoria modowe, kolekcja muzealna, działalność muzealna, Polska.

Przypisy

- * Artykuł powstał w wyniku realizacji, w latach 2019–2023, projektu badawczego „Rynek mody w kontekście zrównoważonego rozwoju”, sfinansowanego ze środków Narodowego Centrum Nauki przyznanych na podstawie decyzji nr DEC-2018/31/B/HS4/02961, umowa nr UMO-2018/31/B/HS4/02961. Autorki pragną podziękować Recenzentom za ciekawe uwagi i sugestie, które zostały wykorzystane podczas ostatecznej redakcji tekstu.
- ¹ G. Żuchowska-Zimnal, *Ponowoczesne szaty kultury. Ubiór jako narzędzie konstruowania i komunikowania tożsamości jednostkowej*, Kraków 2019.
 - ² Por. B. Gibała-Kapecka, *Interdyscyplinarność sztuk projektowych*, w: *Podręcznik projektowania ubioru*, A. Pyrkosz (red.), Kraków 2018, s. 9-29. Słowo „moda” rozumiane jest w niniejszym tekście szeroko jako ogół działań i związanych z nimi materiałów, przedmiotów i artefaktów odnoszących się do projektowania, wytwarzania, eksponowania oraz sprzedaży, nabywania i korzystania z tkanin, ubiorów i dodatków do ubiorów, zarówno zwyczajnych, jak i kreacji wybitnych projektantów (od krawiectwa miarowego i ubiorów luksusowych po ubiory codzienne, produkowane metodą chałupniczą lub masowo).
 - ³ J. Petrov, *Fashion, History, Museums. Inventing the Display of Dress*, London 2019.
 - ⁴ *Fashion Curating. Critical Practice in the Museum and Beyond*, A. Vänkä, H. Clark (red.), London 2018; *Fashion in Museums. Theory and Practice*, M.R. Melchior, B. Svensson (red.), London 2014.
 - ⁵ T.S. Stewart, S.B. Marckett *Textiles, dress, and fashion museum website development: strategies and practices*, „Museum Management and Curatorship” 2012, nr 5, s. 523-538.
 - ⁶ C. Dalle Nogare, M. Murzyn-Kupisz, *Do museums foster innovation through engagement with the cultural and creative industries?*, „Journal of Cultural Economics” 2021, nr 4, s. 671-704.
 - ⁷ C. Breward, *Between the museum and the academy: Fashion research and its constituencies*, „Fashion Theory” 2008, nr 1, s. 83-93; P. McNeil, *„We’re not in the fashion business”: Fashion in the museum and the academy*, „Fashion Theory” 2008, nr 1, s. 65-81.
 - ⁸ M. Murzyn-Kupisz, A. Kocaj, *Przemiany branży modowej w Polsce z perspektywy różnych skal przestrzennych*, wystąpienie na konferencji *Wpływ pandemii na przemiany przemysłu i usług*, Uniwersytet Pedagogiczny, Kraków, 6-7 grudnia 2021 r.
 - ⁹ M.R. Melchior, *Introduction: understanding fashion and dress museology*, w: *Fashion in Museums...*, s. 1-18; A.S. Hjemdahl, *Fashion time: Enacting Fashion as Cultural Heritage and as an Industry at the Museum of Decorative Arts and Design in Oslo*, „Fashion Practice” 2016, t. 8, nr 1, s. 98-116.
 - ¹⁰ M.R. Melchior, *op. cit.*
 - ¹¹ Por. E. Klekot, *Kłopoty ze sztuką ludową. Gust, ideologie, nowoczesność*, Gdańsk 2021.
 - ¹² Za *Słownikiem wyrazów obcych* [E. Sobol (red.), Warszawa 1995, s. 419] rozumiemy to pojęcie jako *kreacje nadające kierunek światowej modzie (...), zaprojektowane przez przodujące domy mody oraz sztukę projektowania takich strojów, mając świadomość szerszych i węższych ujęć tego określenia*. Por. P. Szaradowski, *Francja elegancja. Z historii haute couture*, Wrocław 2016.
 - ¹³ B. Svensson, *In conclusion: museums dressed in fashion*, w: *Fashion in Museums...*, s. 197-205.
 - ¹⁴ A. Tuite, K. Horton, *Crafting symbolic value: art, craft and independent fashion*, „Creative Industries Journal” 2019, nr 12 (3), s. 284-300.
 - ¹⁵ V. Steele, *Museum quality. The rise of the fashion exhibition*, „Fashion Theory” 2008, nr 1, s. 7-30.
 - ¹⁶ C. Scott, *Museums: impact and value*, „Cultural Trends” 2006, nr 1, s. 45-75; G. Black, *Transforming Museums in the Twenty-First Century*, London 2012; M. Murzyn-Kupisz, *Instytucje muzealne z perspektywy ekonomii kultury*, J. Działek (współpr.), Kraków 2016; *Culture and Local Development. Maximising the Impact. A Guide for Local Governments, Communities and Museums*, Paris 2019.
 - ¹⁷ M.R. Melchior, *Introduction...*
 - ¹⁸ D. Folga-Januszewska, *1000 muzeów w Polsce. Przewodnik*, Olszanica 2011.
 - ¹⁹ P. Szaradowski, *Sposoby na modę*, „Muzealnictwo” 2014, nr 55, s. 135-141; *idem*, *Wystawy mody i ubiorów w muzeum – zagadnienia i problemy metodologiczne*, „Muzealnictwo” 2017, nr 58, s. 181-187; A. Dalbiak, *Muzeologia mody w Polsce na przykładzie praktyk kolekcjonerskich i wystawienniczych Centralnego Muzeum Włókiennictwa w Łodzi*, „Powidoki” 2019, nr 1, s. 76-81.
 - ²⁰ D. Folga-Januszewska, *op. cit.*
 - ²¹ Przyjęta periodyzacja odwołuje się do ogólnych dziejów Polski. Autorki mają świadomość, iż w analizach zbiorów i działań muzealnych związanych z modą można wyróżnić inne przekroje czasowe, przede wszystkim nawiązując do zmian w podejściu do kolekcjonowania i eksponowania obiektów związanych z modą. Kontekst anglo-saski por. J. Clark, A. de la Haye, *Exhibiting Fashion. Before and After 1971*, New Haven-London 2014.
 - ²² Temat ten zgłębiony został w ramach referatu M. Murzyn-Kupisz, J. Działek, D. Hołuj, *Fashion-related activities in museums: factors and determinants of Polish museums’ involvement with the fashion sector*, zaprezentowanego na *10th European Workshop on Applied Cultural Economics*, który odbył się na Uniwersytecie w Turynie w dniach 8-10 września 2022 r.

²³ Por. D. Hołuj, M. Murzyn-Kupisz, *Dress, fashion, textiles and related artefacts in the collections and current activities of museums in Poland. Qualitative analysis of a national survey*, „Museology and Cultural Heritage” 2022 (w recenzji).

dr hab. Monika Murzyn-Kupisz

Doktor habilitowany nauk ekonomicznych, magister nauk humanistycznych, profesor w Instytucie Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego. Absolwentka Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie oraz uczelni w Brukseli, Tilburgu, Bilbao i Loughborough. Członek ICOMOS, ACEI i PTG. Zainteresowania naukowe obejmują ochronę, interpretację i współczesne wykorzystanie dziedzictwa kulturowego oraz rolę sztuki, instytucji kultury, artystów i przemysłów kreatywnych w przekształcaniach miast; monika.murzyn-kupisz@uj.edu.pl.

dr Dominika Hołuj

Doktor nauk ekonomicznych, pracownik naukowy w Katedrze Historii Gospodarczej i Społecznej na Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie. Absolwentka Akademii Ekonomicznej w Krakowie. Uczestniczka projektów badawczych związanych z kulturą, dziedzictwem kulturowym i zrównoważonym rozwojem. Zainteresowania naukowe obejmują rozwój miast, ekonomikę dziedzictwa i partycypację społeczną, w szczególności w kontekście zarządzania zasobami dziedzictwa kulturowego; holujd@uek.krakow.pl.

Word count: 4853; **Tables:** –; **Figures:** 15; **References:** 23

Received: 07.2022; **Reviewed:** 08.2022; **Accepted:** 09.2022 **Published:** 10.2022

DOI: 10.5604/01.3001.0016.0471

Copyright©: Some rights reserved: National Institute for Museums and Public Collections. Published by Index Copernicus Sp. z o.o.



This material is available under the Creative Commons – Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0). The full terms of this license are available on: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

Competing interests: Authors have declared that no competing interest exists.

Cite this article as: Murzyn-Kupisz M., Hołuj D.: WSTĘPNA DIAGNOZA DZIAŁAŃ ZWIĄZANYCH Z TKANINAMI, UBIORAMI I AKCESORIAMI MODOWYMI PODEJMOWANYCH PRZEZ POLSKIE INSTYTUCJE MUZEALNE. *Muz.*, 2022(63): 173-184

Table of contents 2022: <https://muzealnictworocznik.com/issue/14332>