https://doi.org/10.18778/8088-155-6.13

Aleksandra Ciejka

146—159

Modne ciało na przestrzeni wieków Kulturowa analiza figury modelki

Uniwersytet Pedagogiczny
im. KEN w Krakowie

Modelka, muza, ikona, wzór – od najdawniejszych czasów kobieta i jej cielesność stanowiły źródło inspiracji dla wszelkich sfer ludzkiej aktywności. Żeńskie ciało kryło i wciąż skrywa w sobie bowiem niezwykle bogatą symbolikę, będącą obiektem kultu, bądź też zmysłowości. W zależności od szerokości geograficznej kobiecość mogła uosabiać dostatek, urodzaj, pełnię, boskie moce, a zarazem zło, nieczystość i grzech. Wyobrażenie kobiecego ciała ewoluowało na przestrzeni wieków, przekształcając się ostatecznie w konstrukt kulturowy, którego reprezentacją stała się osoba modelki, łącząc w sobie wizualne oraz ideologiczne problemy współczesności. Celem niniejszego referatu będzie zatem ukazanie ciała modnego oraz roli modelki od czasów dawnych do współczesności. Poprzez odwołania do wyselekcjonowanych, reprezentatywnych wizerunków żeńskiego ciała zostaną zaprezentowane rozmaite przemiany oraz transgresje w pojmowaniu kobiecej cielesności. Ponadto podjęta zostanie również próba odpowiedzi na następujące pytania: czy postrzeganie ciała modelki jest warunkowane kulturowo? W jaki sposób i dlaczego dochodzi do wartościowania kobiecego ciała? Jak wielką metamorfozę przeszła żeńska cielesność na przestrzeni wieków w sferze mody oraz sztuki? Czy obecnie jesteśmy świadkami uprzedmiotowienia ciał modelek, czy może ich indywidualizacji?

Od muzy do modelki – kobiece ciało na przestrzeni wieków

Ikoniczne reprezentacje kobiecego ciała sięgają najdawniejszych czasów[1]. Pierwsze zachowane rzeźby oraz malunki naskalne ukazujące żeńskie kształty pochodzą z okresu prehistorycznego. W czasach tych kobiety były kojarzone głównie z płodnością. Ich rola sprowadzała się bowiem do urodzenia jak największej liczby zdrowego potomstwa. Stąd też wizerunki kobiet z tego okresu przedstawiają bardzo zaokrąglone, wręcz otyłe ciała, z obfitymi piersiami i szerokimi biodrami, nasuwające jednoznaczne skojarzenia z płodnością i macierzyństwem. Wraz z rozwojem kolejnych cywilizacji ideał kobiecości ulegał radykalnym zmianom. W starożytnym Egipcie wykształcił się ściśle określony kanon żeńskiej urody. Ideałem była smukła kobieta o wąskich biodrach, wydatnym nosie i długiej szyi. Egipcjanka wyróżniała się szlachetnymi rysami twarzy, podkreślanymi dodatkowo przez kontrastowy makijaż oraz misterne peruki.

1 Por. W. Kawecki, *Teologia piękna Poszukiwanie locus theologicus w kulturze współczesnej,* Poznań 2013, s. 13.

W kraju nad Nilem kobiety z wyższych sfer traktowane były zawsze z wielkim szacunkiem i honorami, ponieważ uosabiały piękno[2].

Ideał kobiecości wyznawany przez starożytnych Greków i Rzymian był zbliżony do dzisiejszych kanonów urody. Obiektem kultu były kobiety niczym posągowa Wenus z Milo – smukłe, o małym biuście, długiej szyi oraz wąskiej talii. Grecy niezwykle cenili sobie świeżość, młodość i naturalność. Za najpiękniejsze uznawane były zatem te kobiety, które swoim wyglądem bardziej przypominały dziewczęta niż stateczne niewiasty. Warto dodać, iż w czasach antycznych harmonia i proporcjonalność były warunkiem niemalże priorytetowym w każdej dziedzinie życia, także i w przypadku oceny kobiecego piękna. Rzymski ideał kobiety, mimo że także wzorowany na bogini miłości, nieco odbiegał od wizerunku greckiej naturalnej dziewczęcości. Piękno rzymskiego ciała uosabiała bowiem kobieta rosła – matka i żona, o krągłych kształtach i wydatnych piersiach. Atrakcyjność oznaczała wówczas nie tylko piękno oraz harmonię, ale również dojrzałość świadczącą o mądrości[3].

Kultura egipska, grecka oraz rzymska zapoczątkowały pewną rewolucję w pojmowaniu żeńskiego piękna. Nowa kobieta, w przeciwieństwie do silnych prehistorycznych matek, stała się obiektem zainteresowania oraz pożądania mężczyzn, nie tylko ze względu na pełnioną rolę społeczną, ale przede wszystkim cielesność. W okresie średniowiecza kanony kobiecego piękna po raz kolejny uległy kulturowej zmianie. Powszechna tendencja do ascezy i umartwiania się wykształciła ideał kobiety kruchej, delikatnej, bardzo szczupłej, bladej, jasnowłosej, nierealnej i eterycznej, niczym zjawa. Wygląd kobiecego ciała okresu średniowiecza stanowił kruchą przeciwwagę dla męskiej siły oraz witalności[4].

Wkrótce moda na duchowość ustąpiła jednak na rzecz nowo odkrytej cielesności. Renesans, zgodnie z założeniami humanizmu, zapoczątkował ideę człowieka wyzwolonego o wszechstronnie rozwiniętym intelekcie i duchowości. Odkryte na nowo ciało było odtąd symbolem piękna. Wzorem renesansowej kobiety stała się osoba odznaczająca się barczystą sylwetką, zamaszystą i krępą budową oraz zaokrąglonymi kształtami, z wyraźnie wyeksponowanym dekoltem[5]. Wiek XVI, oprócz wprowadzenia nowego kanonu kobiecego piękna, odmiennego od średniowiecznego ideału, przyniósł również znaczące zmiany w sposobie prezentowania modnego ciała. Otóż materialną reprezentacją kobiecych wdzięków zostały tzw. modelki, a dokładnie *model dolls*, czyli manekiny służące do prezentacji odzieży[6].

2 Por. K. Bodziony-Szweda, „Fragile" nr 4, http://www.fragile.net.pl/home/egipskie-uwodzicielki/, [data dostępu: 09.11.2015].
3 *Ibidem*, s. 13.
4 U. Eco, *Sztuka i piękno w średniowieczu*, Kraków 2006, s. 22.
5 G. Vigarello, *Historia urody. Ciało i sztuka upiększania od renesansu do dziś*, przeł. M. Falski, Warszawa 2011, s. 125.
6 http://pl.dress22.com/2014/06/11/historia-manekinow/, [data dostępu: 09.11.2015].

Barok jako epoka zmysłowości, cielesności oraz ziemskich przyjemności, wyzwolił kobiece ciało z poczucia grzechu. Duchowość, tajemnicę oraz harmonię zastąpiła obfitość i naturalność. Ideałem barokowego piękna były kobiety o pokaźnych ramionach i brzuchach, szerokich biodrach, obfitych udach oraz biuście. Podkreślały one swoją urodę wymyślnymi ozdobami, perukami i mocno wydekoltowanymi sukniami[7].

Wiek XVIII, będący czasem rozumu, powrócił do form klasycznych, a także inspiracji sztuką starożytną. Ideałem była wówczas kobieta szczupła, wysoka, o smukłej, odpowiednio wyprofilowanej i zachowującej właściwe proporcje sylwetce. Klasyczna twarz, małe usta, prosty, zgrabny nos oraz ciemne włosy ułożone w drobne loki stanowiły wyznaczniki piękna tego okresu. Faworyzowano piękno młodych dziewcząt, nieomal dziewczynek. W drugiej połowie XVIII wieku doszło jednak do radykalnych zmian w sferze kobiecego piękna. Na piedestał weszły kobiety starsze, dojrzalsze, o niebanalnych osobowościach. Ideałem tego okresu była markiza de Pompadour, faworyta i kochanka króla Francji Ludwika XV[8]. Ówczesny kanon piękna wyznaczały przepych, sztuczność i przesada.

Wiek XIX przyniósł modę na talię osy – uzyskiwaną za pomocą gorsetu. Ideałem była kobieta z dużym biustem i krągłymi pośladkami. Do podkreślenia tak nienaturalnych kształtów stosowano tzw. turniury. Okolice bioder wypychano, watowano oraz otaczano szeroką halką, nadając im kształt dzwonu. Kobiecość wciąż wiązała się z przesadą oraz odstępem od naturalności. Wiek XIX przyniósł ponadto znaczące zmiany w kwestii prezentacji ubiorów. Już nie manekiny, a wybrane kobiety stały się inspiracją dla fotografów oraz projektantów mody. Za przykład takiej osobistości może posłużyć Virginia Elisabetta Luisa Carlotta Antonie Teresa Maria Oldoini. Znana z nieskazitelnej urody i wyjątkowego wyczucia stylu hrabina, w 1856 roku zaczęła pozować dla cenionych na dworze florenckim fotografików – Mayera i Piersona. Współpraca ta okazała się owocna dla obu stron. Przez cztery lata zrealizowano ponad 400 zdjęć, a hrabina zyskała opinię ikony mody[9].

Nie mniej popularną modelką XIX wieku była Amerykanka Marie Vernet Worth. Prezentowała ona osobiście stroje swojego męża Charlesa Wortha, który był jednym z największych projektantów mody połowy XIX wieku. W swoim salonie mody, Worth zatrudniał jako ekspedientki wyłącznie szczupłe i atrakcyjne dziewczyny, które prezentowały na sobie aktualnie dostępne w sprzedaży stroje. Projektant posyłał je również w miejsca, w których zwykły bywać panie lubiące dobre ubiory. Pierwsze modelki Wortha pracowały zatem podobnie do dzisiejszych *house models*, czy *informal models*[10].

7 W. Tomkiewicz, *Piękno wielorakie*, [w:] *Twórczość Rubensa*, Warszawa 1971, s. 21.
8 Por. E. Herman, *W łóżku z królem: 500 lat cudzołóstwa, władzy, rywalizacji i zemsty: Historia metres królewskich*, Warszawa 2006, s. 40–41.
9 Por. M. Michałowska, *Obraz utajony. Szkice o fotografii i pamięci*, Kraków 2007, s. 32–33.
10 Por. J. Pawul, *Modelka profesjonalna – poradnik*, http://modelkimody.blogspot.com/2012/05/zaczeo-sie-i-jest-tak.html, [data dostępu: 10.11.2015].

Wiek XIX okazał się przełomowy również w zakresie definiowania osoby modelki. W 1891 roku Henry Stacy Marks w wywiadzie dla „The Strand Magazine" po raz pierwszy użył terminu supermodelka dla określenia muzy fotografów oraz projektantów[11].

Modelki – nowe ikony piękna

Lata 20. XX wieku przyniosły radykalną zmianę dotychczasowych tendencji – modę na chłopczycę. Kobiety, aby dorównać ówczesnym ideałom piękna, obcinały włosy i skracały suknie wedle panującej mody. Sylwetka idealna stała się wydłużona i prosta. Biust był niemalże niewidoczny, podobnie jak ukryta talia. Ikonami piękna były wówczas Pola Negri i Greta Garbo. W okresie tym nastąpił także znaczący rozkwit świata modelingu. Wtedy to dokonały się bowiem najważniejsze zmiany w postrzeganiu roli modelki. W 1914 roku odnotowano pierwszy pokaz mody, który odbył się w Chicago – centrum amerykańskiego przemysłu odzieżowego tamtych czasów. Owo historyczne wydarzenie o doniosłym znaczeniu dla świata mody zostało wówczas okrzyknięte *największym pokazem mody na świecie*. Do jego realizacji zatrudniono ponad setkę modelek i modeli, aby zaprezentować dwieście pięćdziesiąt strojów przed prawie pięciotysięczną widownią. Pokaz zyskał ogromny aplauz, rozpoczynając tym samym erę sławy modelek[12].

Ulubienice znanych projektantów zyskiwały sławę nie tylko dzięki publicznym występom, ale również prasie. W 1920, redaktor naczelna paryskiego magazynu „Vogue", zadecydowała o wprowadzeniu fotografii modelek na miejsce dotychczasowych ilustracji – rysunków[13]. Popularność modelek rosła z każdym rokiem. Niemal każda młoda dziewczyna marzyła o pozowaniu dla znanych fotografów oraz prezentowaniu ubrań najlepszych projektantów. Teoretycznie otwarty „zawód modelki" wymagał zatem radykalnej selekcji. W związku z tym już w 1924 roku Francuz – Jean Patou – zainicjował pierwsze poszukiwania idealnych dziewcząt do prezentacji jego kolekcji w paryskim salonie. W kooperacji z nowojorskim pismem „Vogue" zaaranżował on specjalny konkurs dla modelek, w efekcie którego wyłoniono sześć pań, które stały się twarzami salonu mody Patou w Paryżu. Był to pierwszy na świecie *casting*[14].

11 Por. H. How, *Super model*, „The Strand Magazine", 1891, t. 2, http://books.google.pl/books?id=U-eIvAAAAMAAJ&dq=%22super+model%22&pg=PA118&redir_esc=y, [data dostępu: 23.06.2015].

12 Por. J. Dong, Y. Zhang, *The origin and evolution of fashion show*, „Journal of Xi'an Polytechnic University" 2009, nr 2 (vol. 23), s. 503; wersja elektroniczna: http://en.cnki.com.cn/Article_en/CJFDTotal-FGJK201001029.htm, [data dostępu: 10.11.2015].

13 Por. K. Hackney, *Vogue as an Example of Effective Fashion Magazine Covers*, http://digitalcommons.calpoly.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1113&context=grcsp, s. 6, [data dostępu: 10.11.2015].

14 Por. C. Evans, *Jean Patou's American Mannequins: Early Fashion Shows and Modernism* https://muse.jhu.edu/login?auth=0&type=summary&url=/journals/modernismmodernity/v015/15.2evans.pdf, [data dostępu: 10.11.2015].

Od tego czasu selekcja piękna stała się zjawiskiem niemal globalnym. W ślad za Johnem Robertem Powersem – założycielem pierwszej agencji modelek w Stanach Zjednoczonych, zaczęły powstawać prywatne organizacje zrzeszające młode kobiety współpracujące z fotografami oraz domami mody. Wystarczy wspomnieć w tym miejscu agencję modelek Harry'ego Conovera, Huntingtona Hartforda czy instytucję Ford Models założoną przez stylistkę Eileen Ford i Jerry'ego Forda. Agencje te wprowadziły nie tylko gaże dla modelek, ale również profesjonalne szkolenia[15].

Lata 30. i 40. XX wieku okazały się ponownym zwrotem ku wybujałej kobiecości. Ściśle przylegające do ciała sukienki uwydatniały ponętne biusty, krągłe biodra oraz wcięcie w talii. Królowały kobiety o bujnych kształtach, nazywanych klepsydrami. Symbolem prawdziwej urody była wówczas Rita Hayworth. Lata 40. okazały się również ważnym okresem dla modelek. W 1945 roku magazyn „Hearst's International Combined with Cosmopolitan" uznał Anitę Colby za najlepiej opłacaną modelkę-aktorkę tamtych czasów[16].

Lata 50. XX wieku, zgodnie z zasadą sinusoidalnych zmian w kulturze, wylansowały modę na szczupłą klatkę piersiową oraz wciętą talię z lekko podkreślonymi biodrami. Stało się tak głównie za sprawą dwóch gwiazd epoki – Audrey Hepburn i Grace Kelly. Pod koniec lat 50. i na początku 60. dotychczasowy ideał kobiecości ponownie uległ transformacji. Kultowymi postaciami zostały bowiem Marylin Monroe, Brigitte Bardot i Sophia Loren. Za najpiękniejsze uważane były zatem kobiety o krągłych kształtach – wydatnych piersiach, pośladkach oraz wyraźnie zarysowanej talii. Co więcej, do końca lat 50. ubiegłego wieku modeling stał się oficjalnym zawodem wielu kobiet na świecie. Był to czas popularności pierwszej supermodelki – Lisy Fonssagrives, pozującej dla najbardziej prestiżowych magazynów, takich jak „Vogue", „Harper's Bazaar" czy „Vanity Fair". Oprócz niej do najbardziej uznanych modelek należały wówczas Dorian Leigh, Gia Carangi i Jean Shrimpton[17].

Wiek XX to okres pierwszej popularności nowych ikon piękna, czyli modelek. Potwierdzeniem tego była postać Twiggy (Lesley Hornby) lansująca modę na bardzo szczupłą sylwetkę. Hornby dała początek zupełnie nowym tendencjom w modzie, które stały się również obowiązującymi ideałami piękna dla XXI wieku. Kobiety bardzo wysokie, o nienagannej, a wręcz wychudzonej sylwetce i charakterystycznych rysach twarzy stały się wzorcami dla milionów kobiet na świecie. Modelki, obok ikon kultury popularnej, zostały uznane za uosobienia ideałów piękna naszej epoki.

15 *Ibidem*, s. 504.
16 Por. A. Colby, *Cinema: Cover Girl*, „Time", 08.01.1945, http://content.time.com/time/magazine/article/0,9171,775317,00.html, [data dostępu: 23.06.2015].
17 Por. M.P. Fernandez, *Supermodel history*, http://www.highsnobiety.com/2015/07/23/supermodel-history/, [data dostępu: 10.11.2015].

Era supermodelek

Od roku 1970 postaci niektórych modelek stały się powszechnie rozpoznawalne. Zapoczątkowały to działania redaktor magazynu „Sports Illustrated" – Jule Campbell, która pod zdjęciami modelek umieszczała ich nazwiska[18]. W ten sposób pozujące dziewczęta trafiały nie tylko do elitarnego kręgu znawców mody, ale przede wszystkim odbiorców kultury masowej. Był to czas takich modelek jak Margaux Hemingway, Cybill Shepherd, Patti Hansen, Penelope Tree, Grace Jones, Lauren Hutton, Janice Dickinson, Rene Russo, Gia Carangi, Jerry Hall, Wilhelmina Cooper, Christie Brinkley, Edie Sedgewick i Kelly Emberg. Co więcej w latach 70. w świat modelingu wkroczyły również przedstawicielki innych ras. Warto wspomnieć tu takie sławy jak Iman, Naomi Sims czy Beverly Johnson.

W latach 80. nastała moda na dawny, pełen przepychu styl *glamour*. Modelki, doskonale reprezentujące obowiązujący trend zdawały się zastępować nawet gwiazdy filmowe, które jak dotąd były najbardziej rozpoznawalnymi symbolami piękna oraz zamożności. Pomimo pewnego postępu w postrzeganiu modelek w porównaniu do lat poprzednich, przez większość odbiorców były one wciąż traktowane jako grupa, nie zaś wyróżniające się jednostki. Zmianę przyniosły dopiero lata 90. Stało się to za sprawą nietuzinkowych osobowości Naomi Campbell, Lindy Evangelisty oraz Christy Turlington. Modelki te nazwano nawet „trójcą"[19]. Ten symboliczny termin bardzo szybko został wykorzystany przez media masowe. Prasa oraz telewizja używały skrótu „Christy, Naomi, Linda" dla podkreślenia ich unikalności i niepowtarzalności. Christy była wówczas nazywana modelką – ubezpieczeniem. Jej profesjonalizm gwarantował bowiem powodzenie każdej sesji czy też kampanii reklamowej[20]. Lindę z kolei ochrzczono kameleonem, który umożliwia stworzenie nawet najbardziej nietypowych i ekstrawaganckich stylizacji[21]. Naomi natomiast została pierwszą tak popularną czarnoskórą modelką i pozowała dla najświetniejszych magazynów o modzie – „Time Magazine", a także amerykańskiego, francuskiego oraz brytyjskiego magazynu „Vogue"[22].

Od 1990 roku modelki stały się ulubienicami mediów. Określenie supermodelka oznaczało wówczas posiadanie medialnej „osobowości" oraz prestiżu. Supermodelki zaczęły być gośćmi programów typu *talk show*, obiektami plotek w prasie,

18 Por. B. Curtis, *The Sports Illustrated Swimsuit Issue: An intellectual history*, http://www.slate.com/articles/news_and_politics/the_middlebrow/2005/02/the_sports_illustrated_swimsuit_issue.html, [data dostępu: 10.11.2015].

19 Terminu tego użył M. Gross, por.: B. Collacello, *A League of their Own*, [w:] „Vanity Fair", wrzesień 2008, http://www.vanityfair.com/style/features/2008/09/supermodels200809, [data dostępu: 23.06.2015].

20 Por. R. Chun, *More to Christy than Meets the Eye*, „Vogue", wrzesień 1995, http://www.vogue.com/tag/model/christy–turlington, [data dostępu: 23.06.2015].

21 Por. V. Fidanzia, *Linda Evangelista*, [w:] *Vogue Encyclo*, http://www.vogue.it/en/encyclo/people/e/linda–evangelista, [data dostępu: 23.06.2015].

22 Notka biograficzna Naomi Campbell, za: Models.com, http://models.com/models/naomi–campbell, [data dostępu: 23.06.2015].

ikonami stylu, gwiazdami filmu, a także kobietami sukcesu zarabiającymi miliony dolarów[23]. Modelki tej epoki, czyli Naomi Campbell, Cindy Crawford, Claudia Schiffer, Christy Turlington, Linda Evangelista i Tatjana Patitz stały się markami samymi w sobie. Media nazwały je nawet „oryginalnymi modelkami" (ang. *original models*). Anna Wintour, redaktor naczelna magazynu „Vogue" podsumowała ich fenomen, twierdząc, iż „dziewczęta te były najwspanialszymi przedstawicielkami mody, które niczym lustrzane odbicie odzwierciedlały tamte czasy. Były jak gwiazdy filmowe"[24]. Pod koniec lat 90. era supermodelek, zdaniem krytyków mody, została definitywnie zakończona[25]. Zastąpiły ją czasy *heroin chic*.

Kult androgyniczności – heroin chic

W późnych latach 90. aktorzy, gwiazdy pop oraz celebryci zaczęli stopniowo wypierać modelki ze świata show biznesu. Zastępowali je na okładkach najmodniejszych magazynów, stając się również głównymi twarzami znanych kampanii reklamowych. Zjawisko to sprawiło, że większość modelek powróciła do anonimowości. Pojawiły się nawet teorie, iż świat mody prawdopodobnie nigdy nie znajdzie już godnych następczyń „wielkiej szóstki"[26]. Charles Gandee, wydawca magazynu „Vogue", upatrywał przyczyn spadku pozycji supermodelek w wielu zjawiskach. Przede wszystkim nowa, surowa moda, stojąca w dużej opozycji do dawnego pełnego przepychu stylu, wymusiła zatrudnianie mniej wyrafinowanych modelek, które nie przyćmiewały danej kolekcji[27].

W tym czasie pojawił się właśnie trend na tzw. heroinowy szyk (ang. *heroin chic*)[28]. Genezy tego zjawiska należy upatrywać w kultowym narkotyku – heroinie. Na przestrzeni lat postać tej używki ulegała różnym modyfikacjom. Heroina została wyprodukowana w 1898 roku przez niemieckiego chemika i farmakologa – Heinricha Dresera. Stanowiła ona wówczas półsyntetyczną pochodną morfiny[29]. Na przełomie lat 80. i 90. „oczyszczono" dotychczasowy skład heroiny, wprowadzając na rynek nową odmianę narkotyku pod nazwą *brown sugar* [krystaliczna heroina][30].

23 Por. A. Williams, *We three queens*, NYMag.com, http://nymag.com/nymetro/news/anniversary/35th/n_8578/, [data dostępu: 23.06.2015].
24 N. Angeletti, O. Alberto, *In Vogue: The Illustrated History of the World's Most Famous Fashion Magazine*, Nowy Jork 2012, s. 331.
25 Por. R. Arnold, „Heroin Chic. Fashion Theory, The Journal of Dress, Body and Culture 3", nr 3, wrzesień 1999, s. 279–295.
26 J. Stein, *The Fall of the Supermodel*, „Time", 09.11.1998, za: http://content.time.com/time/magazine/article/0,9171,989517–1,00.html, [data dostępu: 23.06. 2015].
27 *Ibidem*.
28 *Ibidem*.
29 P. Karpowicz, *Narkotyki. Jak pomóc człowiekowi*, Białystok 2002, s. 219.
30 *Ibidem*, s. 225.

Dostępność heroiny przyczyniła się do jej powszechnego nadużywania i popularności wśród przedstawicieli klasy średniej. Co więcej heroina stała się również jednym z głównych motywów pop kultury. Trend na heroinową dziewczynę zapoczątkowały takie produkcje jak „Przetrwać w Nowym Jorku", Trainspotting", „Dzieciaki", „Wieczna północ" czy „Pulp Fiction"[31].

Modny wówczas wygląd heroinowej dziewczyny odznaczał się bladą cerą, cieniami pod oczami oraz kwadratowymi kośćmi szczęki. Przez krytyków uroda ta nazywana była androgyniczną, stojącą w radykalnej opozycji do wyglądu supermodelek pokroju Cindy Crawford czy Claudii Schiffer. Stylizację na uzależnioną od narkotyków zapoczątkowała Kate Moss, występując w 1993 roku w kontrowersyjnej kampanii Calvina Kleina. Nowy trend spotkał się jednak z publiczną krytyką. Piętnowano go za promowanie nihilistycznej wizji piękna oraz uzależnienia od narkotyków[32]. Oprócz Kate Moss do mody na *heroin chic* zaliczane były również takie modelki jak Laetitia Casta, Eva Herzigová, Carla Bruni, Tatiana Sorokko, Yasmin Le Bon, Shalom Harlow, Nadja Auermann, Helena Christensen, Patricia Velásquez, Adriana Karembeu, Milla Jovovich i Valeria Mazza.

Dopiero postać Gisele Bündchen zapoczątkowała nową erę modelingu, nazwaną powrotem atrakcyjnych seksualnie modelek (ang. *The return of the Sexy Model*)[33]. Gisele stała się pierwszą tak popularną modelką pochodzenia brazylijskiego. Jej kariera zaowocowała szczególnie dzięki kontraktowi z marką bielizny Victoria's Secret. W ślad za Gisele pojawiły się kolejne modelki uosabiające kobiecość oraz seksualność. Były to Adriana Lima i Alessandra Ambrosio. Zdaniem mediów miały one stanowić nową trójcę najatrakcyjniejszych i najpopularniejszych modelek w skali światowej. Niestety, w porównaniu z poprzedniczkami, ich kariery nie związały się na stałe z kulturą popularną. Główną przeszkodą stała się w tym wypadku bariera językowa[34]. Poza tym Gisel, Adriana i Alessandra stanowiły wciąż mniejszość wobec reszty świata modelingu, w którym eksperci zauważyli niepokojący regres. W świat mody zaczęły wkraczać bowiem coraz młodsze dziewczęta pretendujące do miana supermodelki. Chcąc sięgnąć ideału, często borykały się z anoreksją oraz innymi zaburzeniami żywienia. Pochodząc najczęściej ze wschodniej Europy, napotykały one także na wiele problemów związanych z nowym dla nich środowiskiem kulturowym. Reakcją naprawczo-edukacyjną przedstawicieli świata mody stały się w tej sytuacji popularne programy poszukujące młodych talentów, które pragnęły zostać światowymi gwiazdami modelingu. Były to *Project Runway*, *America's Next Top Model*

31 *Women under the Influence*, wstęp J. A. Califano Jr., Baltimore, Londyn 2005, s. 98.
32 *Ibidem*.
33 Por. *Gisele Bundchen – Biography*, People.com, J. Wang (red.), http://www.people.com/people/gisele_bundchen/biography, [data dostępu: 23.06.2015].
34 Por. K. Blakeley, *The World's Top-Earning Models*, http://www.forbes.com/2007/07/19/models-media-bundchen-biz-media-cz_kb_0716topmodels.html, [data dostępu: 10.11.2015].

czy *Germany's Next Topmodel*. Ostatecznie, od 2013 roku elitę modelek na świecie zaczęły stanowić Gisele Bündchen, Miranda Kerr, Adriana Lima, Liu Wen, Hilary Rhoda, Carolyn Murphy, Joan Smalls, Candice Swanepoel i Lara Stone[35].

Oryginalność i nieokreśloność nowymi wymiarami piękna

Krytyczna percepcja przemysłu supermodelek od zawsze wiązała się z różnymi perspektywami pojmowania idealnego piękna. Począwszy od bojkotowania zachowań związanych z zaburzeniami żywienia, po oskarżenia o rasizm oraz narzucanie europejskich standardów urody. Pisarz i krytyk modowy Guy Trebay w swoim artykule dla „The New York Times" w 2007 roku stwierdził, iż jeszcze do niedawna ideałem piękna była atrakcyjność androgyniczna, puste spojrzenie oraz wychudzone ciało. Taka estetyka spełniała założenia wielu gałęzi przemysłu modowego, a także kultury. Oczywiście nie był to zawsze kazus. Jeszcze w 1970 roku czarnoskóre, cięższe i „etniczne" modelki dominowały na największych wybiegach[36].

Obecnie świat mody zdaje się poszukiwać zupełnie nowych ideałów piękna. Dowodem na to są chociażby pokazy oraz rozliczne sesje fotograficzne z udziałem modelek XXL. Do najsławniejszych przedstawicielek tego nowego nurtu należą Marquita Pring, Tara Lynn, Candice Huffine, Laura Wells i Crystal Renn. Szczególnie postać Candice jest znacząca pod względem rewolucyjnych przemian. Jako pierwsza modelka XXL zapozowała ona bowiem dla kalendarza Pirelli, znanego dotychczas z restrykcyjnych kanonów piękna[37].

Androgyniczność to kolejna kategoria środowiska mody redefiniująca dotychczasowe kanony piękna. Jej istota przejawia się w łączeniu wyglądu kobiecego i męskiego. Androgyniczni modele to zatem nie tylko męskie kobiety i kobiecy mężczyźni, lecz jednostki niejednoznaczne, wykazujące cechy wizualnie charakterystyczne dla obu płci. Geneza androgyniczności kobiet upatrywana jest w kulcie „chłopczyc", takich jak z powieści *La Garconne* Victora Margueritte'a. Jedną ze znanych chłopczyc była kultowa Twiggy, której sylwetka stała się

35 Por. B. Solomon, *The World's Highest–Paid Models¸ 2013: Gisele's Earnings Down¸ Kerr's Are Up*, Forbes.com, http://www.forbes.com/sites/vannale/2013/08/19/the–worlds–highest–paid–models–of–2013/, [data dostępu: 10.11.2015].

36 Por. G. Trebay, *On runways¸ racial diversity is out*, NYTimes.com, http://www.nytimes.com/2007/10/22/style/22iht–22runway.8007687.html?_r=1&, [data dostępu: 10.11.2015].

37 Por. A. Kowalska, *Rewolucja w kalendarzu Pirelli: pierwsza w historii modelka XL¸* TVN24.pl, http://www.tvn24.pl/kultura–styl,8/rewolucja–w–kalendarzu–pirelli–pierwsza–w–historii–modelka–xl,453736.html, [data dostępu: 10.11.2015].

ideałem dla wielu kobiet na całym świecie[38]. Zachwianie tradycyjnego pojęcia męskości miało nastąpić z kolei wraz z kulturą metroseksualności. Bez względu na przyczyny potrzeba obupłciowości stała się dla współczesnej mody nowym sposobem twórczej ekspresji oraz niekonwencjonalną formą prezentacji projektów. Do najpopularniejszych przedstawicieli tego nurtu należą Lei T. Muza, Andrej Pejic, Sabina Kelley, Alysha Nett, Stav Strashko, Omahyra Mota, Kristina Salinovic, Freja Beha Erichsen czy Tilda Swinton. Fenomen hermafrodytyczności uznawany jest przez autorytety świata mody za zalążek nowych kanonów piękna. Uniwersalna uroda wiąże się bowiem z niemal nieograniczonymi możliwościami prezentowania kreacji. Intrygująca umiejętność szafowania swoją tożsamością płciową uchodzi za inspirującą wśród wielu kreatorów mody. Jean Paul Gaultier na przykład zatrudnił Andreja Pejica do prezentowania zarówno kolekcji męskiej, jak i damskiej. W dodatku po raz pierwszy w historii pokazów to młody mężczyzna zaprezentował wieńczącą pokaz suknię ślubną[39].

Krytycy oraz sceptycy trendu hermafrodytyczności upatrują w nim skutek zepsucia oraz demoralizacji czasów współczesnych, jak również aktywności ruchów gejowskich. Warto jednak podkreślić, iż symbol/mit androgyna pojawia się w niemal każdej kulturze i religii. Motyw zacierania się różnic pomiędzy płciami znany jest między innymi z mitologii greckiej, hinduskiej, filozofii wschodnich czy biblii. Od najdawniejszych czasów obupłciowość cielesna i psychiczna pojmowana była jako „prajedność istoty ludzkiej"[40]. Rozdział płci uznawano natomiast za część procesu kosmicznego, bądź też skutek grzechu pierworodnego. Gnostyka uważała androgynię za cechę „człowieka doskonałego", a także świadectwo osiągnięcia „duchowej doskonałości" – „doskonałość ludzką wyobrażano sobie jako nienaruszona jedność, stanowiącą jedynie odbicie doskonałości boskiej, Wszechjedni"[41]. Hermafrodytyzm ze względu na swój pierwiastek tajemnicy oraz złożoności stanowił przedmiot zainteresowania artystów wielu epok. Problematykę tę podejmowali tacy twórcy jak: Balzak, Péladan, Baudelaire, Crawley, Ritter, Novalis, Humboldt czy Boehme[42]. Artyści upatrywali w dwupłciowości różnych znaczeń. Hermafrodyta miał uosabiać nieśmiertelne, doskonałe ciało, cel ewolucji rasy ludzkiej, początek i koniec historii, jak również stanowić symbol upadku, seksualności i nieposłuszeństwa. Wariacje na temat postaci i cech androgyna łączyła jednak pewna część wspólna, Jak zauważa Eliade:

38 Por. M. Kosakowska, *Moda na androgyniczność*, Polki.pl, http://polki.pl/we–dwoje/moda;na;androgynicznosc,artykul,23031.html, [data dostępu: 10.11.2015].
39 *Ibidem*.
40 M. Eliade, *Sacrum, mit, historia*, przeł. A. Tatarkiewicz, Warszawa 1993, s. 227.
41 *Ibidem*, s. 231.
42 *Ibidem*, s. 220–224.

> [...] misterium pełni stanowi integralną część ludzkiego dramatu. Powraca ono w różnorodnych aspektach i na wszystkich poziomach życia kulturalnego – zarówno w teologii mistycznej i w filozofii, jak w mitologiach i folklorach uniwersalnych; zarówno w marzeniach i rojeniach ludzi współczesnych, jak w twórczości artystycznej[43].

Modę, podobnie jak literaturę czy sztukę, od zawsze fascynowała kategoria kontrowersyjności. Objawiała się ona w ekscentrycznych postaciach projektantów i fotografów, ekstrawaganckich projektach czy charakterystycznych postaciach modeli. Współczesny świat mody wciąż poszukuje nowych, nieoczywistych i złożonych postaci, niekiedy umykających standardom, kanonom oraz konwenansom. Do takich postaci należą wytatuowane modelki, jak Cherry Dollface, Sabina Kelley czy Alysha Nett, Moffy – modelka z rozbieżnym zezem czy Chantelle Winnie – chora na bielactwo. Ciała wymienionych postaci traktowane są przez świat mody jak płótna umożliwiające stworzenie nowego obrazu, zwrócenia uwagi odbiorców na zupełnie odmienny przekaz artystyczny.

Reasumując, ideał piękna kobiecego ciała na przestrzeni wieków ulegał radykalnym przemianom. Wszelkie innowacje zachodziły jednak sinusoidalnie – zmieniały i zastępowały to, co w następnych epokach znowu przywracano do łask. Zaprezentowane skrótowo kanony urody miały na celu ukazanie, iż wszelkie mody na określony typ kobiecego piękna były zwykle ściśle związane z przemianami społecznymi, politycznymi oraz kulturowymi. Narodziny światowego modelingu, jako jedno z następstw kultury konsumpcji, zapoczątkowały pewien przełom w kształtowaniu popytu na dany typ urody. Modelki, obok ikon popkultury, filmu oraz show-biznesu stały się uosobieniem piękna oraz prestiżu. Liczne perturbacje oraz przemiany tego środowiska, które spowodowały przejście kobiecego ciała od rangi muzy do bycia narzędziem, a nawet kulturowym konstruktem, sprawiło, iż postać modelki stała się nie tylko zagadnieniem branżowym, ale i naukowym.

Kulturowy obraz modelki

Modelka stanowi ważną, a jednocześnie osobliwą reprezentację naszej kultury. Bez niej bowiem moda, czyli jeden z najważniejszych elementów kształtujących ponowoczesność, w zasadzie nie istnieje. Na tę specyficzną zależność zwrócił uwagę już Hegel, twierdząc, iż ciało człowieka „pozostaje w stosunku znaczeniowym z ubiorem"[44]. Ciało nie może znaczyć, dopiero ubiór umożliwia przejście od zmysłowości do sensu.

43 *Ibidem*, s. 250.
44 Por. uwagi do myśli Hegla w: R. Barthes, *System mody*, przeł. Maciej Falski, Kraków 2005, s. 258.

Myśl tę kontynuował również Roland Barthes, podkreślając znaczącą rolę modelki: „Kobieta Mody jest jednocześnie tym, kim czytelniczka jest, jak i tym, kim by chciała być; ma psychologiczny profil mniej więcej taki sam jak wszystkie sławy codziennie „opowiadane" przez kulturę masową, tak jak jest prawdą, że Moda […] ma głęboki udział w tej kulturze"[45]. Podobne konkluzje wysnuwa także Bożena Rejakowa twierdząc, iż „Wyobrażenie o pięknie fizycznym kształtują materialnie uchwytne wzorce urody – modelki […], których wizerunki są we współczesnej kulturze popularnej rozpowszechniane na dużą skalę"[46].

Oprócz cech typowo cielesnych modelka spełnia jednak według Barthesa niezbędną dla mody funkcję znaczącą. Jest ona uważana przez badacza za „reprezentację cielesności", umożliwiającą przejście od abstrakcyjnej wizualizacji ubioru do realnego ciała swoich czytelniczek. Dzieje się to za sprawą tzw. przedłożenia ucieleśnionego ciała idealnego, czyli ciała modelki, zwanej przez badacza również *cover–girl*. Jak zauważa Barthes: „Strukturalnie *cover–girl* przedstawia rzadki paradoks: z jednej strony jej ciało ma wartość abstrakcyjnej instytucji, z drugiej zaś to ciało indywidualne, natomiast między tymi dwiema okolicznościami […] nie ma żadnego wynikania […]; ten strukturalny paradoks całkowicie określa cover–girl: jej zasadnicza funkcja nie wiąże się z estetyką, nie chodzi tu o pokazanie «pięknego ciała» […], lecz ciała «zniekształconego» w celu spełnienia formalnej ogólności"[47]. Dla Barthesa ciało modelki nie jest ciałem określonej osoby, lecz czystą formą, która odsyła do znaczącego ubioru. Jest ono medium – formą obsadzania, inwestowania i manifestowania[48]. Typowo naukowe podejście Barthesa czy Lasoty, ukazujące modelkę wyłącznie jako formę pośredniczącą dla nadania sensu ubiorowi, stoi w niemałej opozycji do wielu teorii postrzegających zawód modelki jako nieetyczny, a nawet uprzedmiotawiający[49]. Celem niniejszej pracy nie jest jednak ocena postaci modelki, lecz ukazanie jej kulturowych funkcji oraz znaczenia.

Zdaniem historyków sztuki piękna nie da się objąć żadnym kanonem[50]. Jak podkreśla Rejakowa, ideał piękna każdej epoki zawsze skrywał w sobie coś bezosobowego. Piękno doskonałe istnieje bowiem wyłącznie w umyśle, nie w ciele. Z perspektywy psychologicznej „posiadamy pewne zakodowane wzorce piękna, którymi posługujemy się, gdy chcemy ocenić fizyczność swoją i innych"[51].

45 *Ibidem*, s. 258.
46 B. Rejakowa, *Tekstowe wizerunki kobiet modnych*, [w:] *eadem*, *Kulturowe aspekty języka mody*, Lublin 2008, s. 167.
47 R. Barthes, System mody, *op. cit.*, s. 257.
48 *Ibidem*, s. 258.
49 Por. A. Brytek-Matera, *Obraz ciała – obraz siebie. Wizerunek własnego ciała w ujęciu psychospołecznym*, Warszawa 2009; B. Dobroczyński, *Ciało: bóg i wróg*, „Znak" nr 3, 2013, s. 84–90.
50 B. Rejakowa, *op. cit.*, s. 165.
51 N. Etcoff, *Przetrwają najpiękniejsi*, przeł. D. Cieśla, Warszawa 2000, s. 21.

Czynimy to jednak subiektywnie, ulegając wpływowi mód i autorytetów. Zaprezentowane przeze mnie przemiany oraz transgresje w pojmowaniu kobiecej cielesności na przestrzeni wieków ukazały zmienność oraz niestabilność kanonów piękna. Narodziny modelingu, choć paradoksalne w związku z nieuchwytnością ideału piękna, stały się jednak początkiem istnienia grupy uważanej powszechnie za najatrakcyjniejszą. Modelki z biegiem czasu zyskały nie tylko prestiż gwiazd światowej sławy, ale zostały również uznane przez świat nauki za istotną reprezentację naszej kultury. Wychodząc poza swoją cielesność indywidualną stały się one bowiem mediami dla znaczącego ubioru, przekaźnikami kulturowego znaczenia. Wyjątkowość a może uprzedmiotowienie? Bez względu na ostateczną ocenę, należy jasno stwierdzić, iż postać modelki zajmuje nie tylko ważne miejsce w światowej historii kobiecości, ale i kultury.