

Monika Rawska

(Uniwersytet Łódzki)

Między opresją a subwersją – moda jako potencjalna przestrzeń wyrazu nienormatywnej cielesności

Przyglądając się dominującym w danym momencie trendom w modzie (które przychodzą i odchodzą, często zresztą zataczając koło), kampaniom reklamowym oraz personom aktualnych trendsetterów i supermodelek, można wyciągnąć wiele wniosków na temat kondycji społeczeństwa. Choć nazwanie mody jako całościowego zjawiska zwierciadłem, w którym odbija się ludzkość, byłoby stanowczą przesadą, nie sposób nie dostrzec jej twórczego potencjału. Wpływa na tworzenie pewnych nastrojów, a nie tylko odzwierciedla aktualnie panujące tendencje. Jednak wbrew temu, jak chcieliby ją widzieć niektórzy – zwłaszcza jej najwięksi apologetci, fashioniści oraz dziennikarze miodowi – podążanie za trendami, odgórnie przecież wyznaczanymi i w konkretny, nieprzypadkowy a starannie przemyślany i zaplanowany sposób prezentowanymi, wydaje się wykluczać ekspresję indywidualnej osobowości jej odbiorców. Warto jednak zastanowić się nad potencjałem rewolucyjnym tkwiącym w modzie – czy faktycznie istnieje?

W poszukiwaniu człowieka doskonałego

Gdy Platon w *Uczcie* ustami Arystofanesa opowiadał mit o Androgyne, służyło to nie tylko wyjaśnieniu przyczyny, dla której człowiek tak usilnie poszukuje uczucia pełni utożsamianej z miłością, ale także dla podkreślenia różnicy między kobietą a mężczyzną. Jak zwraca uwagę Karolina Kosińska w książce *Androgyn: Tożsamość, tęsknota, pragnienie*, mimo iż mit ten został już wyeksploatowany, wciąż postać opisana przez filozofa w potocznym rozumieniu istniała, niejako wyprzedzając pojawienie się kobiety i mężczyzny. Tymczasem autorka podkreśla, że był to byt równorzędny z dwiema płciami. Nie był jednością a „podwójnością, połączeniem dwóch istot, ze wszystkimi

konsekwencjami takiej sytuacji¹. Badaczka zauważa, że androgyn tworzy, czy też kontynuuje binarność opozycji zrosniętych w nim płci, to aberracja – „jest sam w sobie gotowy do rozcięcia, dwie kryjące się w nim istoty są już uformowane, nawet jeśli istnieje między nimi bardzo silny związek”². Powrót do stanu androgynicznego, poczucie pełni, może dać jedynie odnalezienie oderwanej połówki, choć wydaje się, że warunek różnopłciowości nie jest konieczny, co zatem powodowałoby pęknięcie w definicjach mówiących, że androgyn to istota złożona z dwóch odmiennych płci³.

Przyjmując interpretację Platona, możemy założyć, że androgynia jest pełnią, a powrót do tego stanu jest niemożliwy, jednak w odniesieniu do Owidiuszowskiego Hermafrodyty, dwupłciowość byłaby raczej przekleństwem, przejawem nienaturalności owego złączenia płci, źródłem cierpienia⁴. Podwójność tej postaci jest jednak redukująca – choć w opowieści zrastają się ze sobą ciało nimfy Salmacis i pięknego młodzieńca Hermafrodyta, jak zauważa Kosińska, jedynie jego imię pozostaje. Kobiecość, którą zyskuje nowe, zrosnięte ciało nie jest jednak w żaden sposób określona, rozpuszcza się, a przy tym męskość chłopca zostaje rozbita, nie zostaje dopełniona poprzez kobiecość, będącą tutaj „brakiem, który w osobie Hermafrodyta czyni jedynie spustoszenie. Mamy podwójność [choć w zasadzie fikcyjną – przyp. MR], dwukształtoność, ale jednocześnie redukcję tego, co istniało wcześniej”⁵. Hermafrodytyzm niesie więc ze sobą cierpienie wynikające z utracenia jednorodnej, zintegrowanej tożsamości. Przy czym – jak podkreśla badaczka – cierpienie stoi jedynie po stronie młodzieńca, co wynika z „jego wiary w naturalną, esencjalną, integralną męskość”, nimfa po zespoleniu właściwie zupełnie znika. „W ten sposób Hermafrodyta, jako pewien konstrukt historyczny, okazuje się diametralnie różny od konstruktu, jakim jest androgyn. Ich podobieństwo, rzekomo wynikające z połączenia w jednej istocie dwóch płci, jest jedynie iluzją”⁶. Już zatem u mitycznych umocowań pojęcia ujawnia się ambiwalencja i definicyjne trudności. Kosińska zauważa, że wynika to z faktu, iż dychotomia płci jest jedną z podstawowych zasad rządzących kulturą Zachodu. Niemożliwe okazuje się również stworzenie definicji wykraczającej poza tę dychotomię.

Dylemat jest tym poważniejszy, że androgynia, jako pewna sytuacja czy koncepcja, funkcjonuje na wielu obszarach: można ją odnaleźć w filozofii, biologii, psychologii, socjologii, estetyce. Tym samym przestaje być prostym conceptem połączenia dwóch płci, a staje się metaforą przełamania dychotomii w ogóle⁷.

¹ K. Kosińska, *Androgyn: Tożsamość, tęsknota, pragnienie*, Warszawa 2014, s. 74.

² Ibidem.

³ Zob. ibidem, s. 75.

⁴ Zob. ibidem, s. 72.

⁵ Ibidem, s. 78.

⁶ Ibidem, s. 80.

⁷ Ibidem, s. 70.

Autorka wskazuje, że być może jedynymi stałymi cechami androgyniczności są „niedokończenie, niespełnienie i pragnienie”, które przejawiają się w powracających w kulturze wyobrażeniach. Za sprawą rozwijających się badań z zakresu *gender* i *queer studies* wraz z refleksją „nad charakterem binarności płci i jej statusem w porządku heteronormatywnym” współczesna androgynia zyskiwałaby raczej charakter subwersywny i nie byłaby próbą wcielenia „jakiegoś ideału (choć z tęsknotą za nim nigdy do końca nie rezygnuje)”⁸. Płeć bowiem przestała być kwestią oczywistą i jednorodną. A teorie wyrastające z postmodernizmu spowodują zmianę w postrzeganiu postaci androgyna – „dualna natura archaicznego modelu tej figury zostanie zanegowana, zmieniając diametralnie jej status i strukturę”, choć „pozostanie tęsknota za przekroczeniem ludzkiej kondycji, za ideałem, za czymś niewyobrażalnym”⁹.

Feministyczne badaczki wykazały, że istnieje istotna różnica między płcią, z jaką się rodzimy, a tą, jaką nabywamy w drodze socjalizacji, oraz, „że gender nie wynika bezpośrednio z płci biologicznej”¹⁰. Już Ann Oakley zauważyła, że:

„Męskość i kobiecość nie wiążą się z biologią, lecz z licznymi społecznymi, kulturowymi i psychologicznymi cechami, które człowiek nabywa, stając się mężczyzną lub kobietą w konkretnym społeczeństwie i konkretnej epoce”¹¹.

Judith Butler idzie dalej w swoich rozważaniach, dochodząc do wniosku, że również płeć biologiczna jest konstruktem kulturowym. Zarówno płeć, jak i *gender* powstają na drodze praktyk dyskursywnych i poza-dyskursywnych. Jej zdaniem „ciało nie posiada żadnej z góry określonej płci”¹², *nie jest znaczące*. Ciało staje się ciałem określonego rodzaju (płci) poprzez nieustanne zachowania przypisywane danej kategorii *gender* (*performance of gender*). Stąd też *gender* jest nie tyle wewnętrznym składnikiem naszej istoty, ile raczej naszego działania; być kobietą to zachowywać się jak kobieta¹³.

Na podstawie rozważań o *drag queen*, parodii, która ujawnia sztuczność i arbitralność swojego pierwowzoru, za Esther Newton Butler stwierdza, „że przebieranie się (*drag*) nie jest imitacją czy kopią jakiejś uprzednio istniejącej i prawdziwej płci kulturowej (...), przebieranie się powołuje do życia strukturę symulacji (*impersonation*), dzięki której jakakolwiek płeć kulturowa jest w ogóle możliwa”¹⁴.

⁸ Ibidem, s. 71.

⁹ Ibidem, s. 73.

¹⁰ S. Jackson, *Gender a seksualność z punktu widzenia teorii*, tłum. M. Loska, [w:] *Gender w kinie europejskim i mediach*, red. E. Ostrowska, Kraków 2001, s.13.

¹¹ Ibidem, s. 14.

¹² Ibidem, s. 20.

¹³ Ibidem, s. 20.

¹⁴ J. Butler, *Imitacja i nieposłuszeństwo płciowe*, tłum. E. Majewska, [w:] *Antropologia ciała. Zagadnienia i wybór tekstów*, Warszawa 2008, s. 177.

Oznacza to, że to imitacja sama funduje swój oryginał, „te ontologiczne utrwalone fantazmaty «mężczyzny» i «kobiety» są teatralnie wytwarzanymi skutkami, które jedynie udają podstawy, korzenie, normatywne określenia tego, co rzeczywiste”¹⁵. Butler w swojej teorii odwołuje się do pojęcia „performatywności” Johna Austina – performatywy to takie zdania, które stwarzają realne skutki¹⁶.

Według Butler płeć materializuje się poprzez zespół takich właśnie cytowanych praktyk (zachowań), mających zarówno normatywny, jak i regulacyjny charakter, a więc przymusowy i ograniczający¹⁷. Chodzi tutaj o odwoływanie się do istniejących już w kulturze konwencji i norm społecznie uznanych, zatem ponownie – o istotną, również dla moich rozważań, kategorię odtwarzania. Kobiecość i męskość są wtórnie stwarzane poprzez swoje imitacje/odtworzenia, postać Androgyne wydaje się być zatem punktem negocjacji między tymi kulturowymi konstruktami, a poprzez to staje się przestrzenią wolności od narzuconych norm oraz aktem subwersji wobec nich. Jest ciałem niemalże doskonałym – wymykającym się prostej klasyfikacji, znajdującym się pomiędzy opozycjami binarnymi. Ciałem nierealnym, przekraczającym, tak jak transgresja, której uosobieniem się wydaje, „daje dostęp do świata leżącego poza przestrzeganymi zwykle granicami, ale te granice zachowuje”¹⁸.

Wywrotowe odgrywanie?

Uniseks i androgyndia w modzie wydają się przeżywać renesans. Nie jest to wprawdzie żadna rewolucja, bo „już w latach 30. skandal wywołała Marlina Dietrich, nosząc garnitury w męskim stylu”¹⁹, jednak skala, jaką osiąga dziś to zjawisko, jest czymś wcześniej niespotykanym, tym bardziej, że dotyczy się głównie mody męskiej. W 2011 roku zapoczątkowali je *blogerzy*, a pierwszym z nich był Bryanboy, nastolatek z Filipin, który „każdą nowo zakupioną parę szpilek lub torebek, najczęściej od Chanel lub Marca Jacobsa, wkładał sam, robił zdjęcie, a następnie publikował je na blogu”²⁰. Jego popularność skutkowałą nie tylko zainteresowaniem projektantów, którzy zaczęli chętnie zapraszać go na swoje pokazy, ale również pojawieniem się rzeszy naśladowców, wśród których wyróżnia się szczególnie redakcja internetowego magazynu o modzie *Mykromag*: Sonny Groo, Jean Paul Paula oraz Charles Guislain (wypromowany przez dziennikarkę mody Diane Pernet – można go było zobaczyć m.in. w jednej z sesji zdjęciowych włoskiego „Vogue’a”). Zarówno Bryanboy, jak i Jean Paul Paula zapytani przez Elizabeth Spiridakis, dziennikarkę działu mody „New York Timesa” o swoje pierwsze doświadczenia z przejmowaniem elementów damskiej garderoby przyznają, że było to

¹⁵ Ibidem.

¹⁶ Najczęściej podawanym przykładem jest tutaj „Ogłaszam was mężem i żoną” wygłaszane przez księży i urzędników stanu cywilnego podczas ślubów.

¹⁷ S. Jackson, op.cit., s. 21.

¹⁸ G. Bataille, *Erotyzm*, tłum. M. Ochab, Gdańsk 2007, s. 72.

¹⁹ M. Świderek, *Oto ono*, „Fashion Magazine”, marzec 2011, s. 57.

²⁰ Ibidem, s. 54.

spowodowane w dużej mierze pragmatyzmem – obaj są filigranowi i mieli problem z kupieniem ubrań w odpowiednich rozmiarach, a konfekcje męskie nie zadowalały ich gustów ani nie spełniały oczekiwań, jak mówią – były po prostu nudne. „Gender nie ma znaczenia, jeśli tylko coś mi się podoba” – mówi Bryanboy²¹. Jednak ani on, ani żaden z pozostałych *blogerów* nie wspomina nic o politycznym podglebiu swoich wyborów odzieżowych ani o zaangażowaniu w równościową filozofię *gender* czy *queer*. Bez wątplenia poszerzają tradycyjne rozumienie mody, ale czy swoimi praktykami chcą też osiągnąć coś więcej niż tylko bycie oryginalnymi, poszerzając społeczną świadomość? Czy więc ich zachowanie można postrzegać w kategoriach subwersji wobec dominujących wzorców kobiecości i męskości?

Pokaz mody jesień/zima 2011/2012 Anouki Bicholla otworzyła czwórka tancerzy na niebotycznie wysokich szpilkach. Nagranie z ich występu szybko przekroczyło pięć milionów wyświetleń na kanale YouTube, a sam zespół – Kazaky – stał się prawdziwym ogólnosiwiatowym fenomenem. Grupa określa się „kolejną fazą kulturowego procesu”, sugerując tym samym, że za ich anturazem stoi coś więcej. Skojarzenia stylistyczne z Lady Gagą są zresztą dość powszechne – Tim Blanks z portalu Style.com określił ich (nieco zjadliwie) jako „post-Gagowskich”²². Polskiej publiczności mogą być znani jako tancerze z teledysku *Girl Gone Wild*, do udziału w którym zaprosiła ich sama Madonna. Członkowie zespołu pojawili się również na zakończeniu pokazu marki Dsquared2 oraz w licznych modowych sesjach zdjęciowych. Co interesujące grupa planowała również stworzenie wspólnie ze swoją stylistką linii ubrań, a w światową trasę koncertową wyruszyła jeszcze przed wydaniem swojej debiutanckiej płyty, mając na koncie raptem parę singli. Oficjalna strona internetowa zespołu jest dość uboga w treści i nie znajdziemy na niej żadnych szczegółowych informacji – tym bardziej żadnego manifestu. Niemniej jednak o zespole pisze się zwykle w kontekście subwersywnych gier z płcią kulturową, głównie za sprawą łączenia atrybutów męskich i kobiecych (osławione buty na wysokich obcasach)²³. Tymczasem sami członkowie wyznali w rozmowie z „V Magazine”, że wszystko zaczęło się od żartu. Chcieli sprawdzić, czy w takich butach da się tańczyć, gdy okazało się, że tak, stwierdzili, że będzie to coś, co ich wyróżni. „Nie stajemy się bardziej kobiecy, zakładając je, czujemy się wręcz bardziej mężczyznami. Wciąż jesteśmy mężczyźni”²⁴. Można o nich przeczytać, że reprezentują niemalże mityczną męskość zseksualizowaną do granic możliwości, a ich występy nie były pozbawione kontrowersji. Jeden z ich koncertów w Rosji został odwołany ze względu na wystosowane pod adresem zespołu i publiczności groźby, co jedynie wzmocniło „kultowy status nowicjuszy”²⁵. O ich scenicznych kreacjach, upodobaniu dla świata mody i specyficznej strony wizualnej ich wideoklipów

²¹ <http://tvmagazine.blogs.nytimes.com/2009/02/05/the-next-level-boys-with-birkins/#more-3239>, 22.05.2011.

²² http://www.nytimes.com/2012/08/02/fashion/kazaky-a-boy-band-is-everywhere.html?pagewanted=all&_r=0, 27.05.2015.

²³ Por. <http://itsallaboutkazaky.blogspot.it/p/bio.html>, 27.05.2015.

²⁴ <http://www.vmagazine.com/site/content/129/kazaky-horror-picture-show>, 27.05.2015.

²⁵ Zob. <http://depesha.com/arts-culture/culture/kazaky>, 27.05.2015.

mówi się, podkreślając przesadę, wręcz kampowość, która wyjaśniałaby fakt, że stali się ikonami dla społeczności gejowskich i pojawili się na kilku okładkach gejowskich magazynów. Można odnieść wrażenie, że część piszących o fenomenie zespołu dziennikarzy wyjątkowo mocno chce widzieć w nich zagrożenie dla *status quo* oraz oznakę społecznej zmiany.

Moda nie ma płci²⁶?

Wydawałoby się, że postać Lei T. – pierwszej transseksualnej modelki – była w 2010 roku faktycznym przełomem w świecie mody. Jej pojawienie się na okładce francuskiego „Vogue’a” (Lea pozuje nago, jedną ręką zasłaniając biust, drugą – genitalia) wywołało niebywałe kontrowersje. Wszystko to za sprawą redaktor naczelnej magazynu Carine Roitfeld, która „od lat bierze udział w publicznych dyskusjach na temat ludzkiej seksualności i jest jedyną naczelną, która nie boi się łamania konwenansów”²⁷. obrońcy praw mniejszości seksualnych uznają tę sesję zdjęciową, jak i kampanię reklamową Givenchy, w której pojawia się modelka, za niebywale istotną w walce ze społecznym wykluczeniem. Według La Roche, jednego z trzech transseksualnych polityków na świecie, „zdjęciami z udziałem [Lei – MR] udało się pokazać, że transseksualiści nie są skazani tylko na bycie prostytutkami lub w najlepszym przypadku fryzjerami”²⁸. Sama Lea w wywiadach opowiada o tym, jak trudną drogę musiała przebyć w poszukiwaniu swojej tożsamości:

„My, transseksualiści rodzimy się i umieramy w samotności. Co prawda po operacji rodzimy się ponownie, ale znowu z tym ogromnym poczuciem samotności. I tak też umieramy. To cena, którą trzeba zapłacić za bycie sobą”²⁹.

Przyznaje również, że bycie uznaną za ambasadorkę transseksualistów jest dla niej zaszczytną rolą, nie ukrywa jednak, „że za drzwiami nadal kryje się wstyd i poczucie, że wszystko, co najpiękniejsze na świecie, np. miłość i akceptacja, to tematy nie dla odmieńców”³⁰.

Na przykładzie transseksualnych modelek doskonale ujawnia się opisane przez Ervinga Goffmana zarządzanie piętnem powstającym w wyniku społecznych negocjacji oraz w ramach interakcji – przynależność do danej grupy normalsów lub napiętnowanych stanowi istotny element kształtowania się tożsamości jednostki. Marginalizacja ma przy tym charakter otwarty i dynamiczny – każdy w danym momencie może nosić piętno, a role te nie są określone raz na zawsze³¹. Powołująca

²⁶ Śródtytuł zaczerpnięty z: M. Świderek, op. cit.

²⁷ http://kobieta.gazeta.pl/kobieta/1,107881,8231617,Lea_T__Pierwsza_transseksualna_modelka_w_reklamie.html, 22.05.2011.

²⁸ Ibidem.

²⁹ Ibidem.

³⁰ Ibidem.

³¹ Zob. E. Goffman, *Piętno. Rozważania o zranionej tożsamości*, Gdańsk 2005.

się na analizie badacza Anna Wiczorkiewicz zauważa, że piętno wiąże się zarówno ze wstydem, jak również z estetyzacją i może być pielęgnowane. Analizując pokazy osobliwości, zauważa, że może ono stanowić szczególny kapitał³². *Freak*, odmieniec – takim mianem od zawsze określało się osoby, które w jakiś sposób nie przystawały do podstawowych kategorii, opozycji binarnych, na których fundowana jest kultura. Czy kariera Lei T. stanowi gest włączenia osób uprzednio z niej wykluczonych, czy jest krokiem milowym w równouprawnieniu mniejszości, czy też potwierdza tylko ich wykluczenie? Medialny szum minął i choć w lutym 2015 roku Lea znalazła się w dwunastce kobiet, które zdaniem magazynu „Forbes” zmieniły włoską modę, trudno nie odnieść wrażenia, że była przelotną sensacją we *freak show* ufundowanym przez świat mody, regularnie „produkujący” nowe gwiazdy i nowe sensacje.

Andrej Pejic, australijski model, który w finale pokazu *haute couture* Jeana Paula Gaultiera wystąpił jako panna młoda, wywołał prawdziwe poruszenie. Nikt nie podejrzewał, że piękna modelka jest tak naprawdę mężczyzną. Portal Lula.pl, mając na myśli fakt, że Pejic występuje w pokazach i sesjach zdjęciowych zarówno mody damskiej, jak i męskiej nazwał go „uniwersalnym modelem przyszłości”³³, co wydaje mi się o tyle interesujące, że słowo „model” można interpretować na różne sposoby. Poza oczywistym znaczeniem, w *Słowniku języka polskiego* można znaleźć również inne. Przywołam tutaj te, które są szczególnie ciekawe w tym kontekście: model – „typowy dla jakiegoś okresu, miejsca lub jakiejś grupy i potem naśladowany sposób realizacji czegoś oraz próbny egzemplarz jakiejś serii wyrobów technicznych”³⁴. Te dwa odmienne sposoby rozumienia słowa „model” stanowią tak naprawdę istotę zagadnienia.

„Czyżby był to znak naszych czasów? **Role się zmieniają** - kobiety stają się bardziej męskie, a mężczyźni kobiecy, to **może i uroda powinna również się zmienić?** A może to po prostu odpowiedź na zwykłe **poszukiwanie piękna?**”³⁵.

Dość naiwnie pytają autorzy artykułu. Analogiczne pytanie o uniwersalny wzór piękna zadaje Marcin Świderek, cytowany już dziennikarz „Fashion Magazine”. Czy jednak da się jeszcze znaleźć odpowiedź na pytanie o to, co jest kobiece, a co męskie? Wydaje się, że moda skutecznie przekracza nasze rozumienie tych pojęć. Jakie są jednak motywacje przekraczania granic między tradycyjnym rozumieniem atrybutów danej płci? Jedna z odpowiedzi wydaje się tkwić w samych pytaniach postawionych przez dziennikarzy. Zarówno redakcja Lula.pl, jak i Marcin Świderek używają tego samego sformułowania – uniwersalny wzór piękna. Czy w czasach, kiedy tak wiele mówi się o tolerancji

³² Zob. A. Wiczorkiewicz, *Monstrarium*, Gdańsk 2009.

³³ http://lula.pl/lula/1,94040,9019227,Andrej_Pejic___uniwersalny_model_przyszlosci_.html, 22.05.2011.

³⁴ <http://sjp.pwn.pl/szukaj/model>, 22.05.2011.

³⁵ http://lula.pl/lula/1,94040,9019227,Andrej_Pejic___uniwersalny_model_przyszlosci_.html, 22.05.2011. Wszystkie podkreślenia należą do autorów artykułu, zachowano oryginalną pisownię.

i różnorodności, poszukiwanie czegoś, co byłoby uniwersalnym wzorem, nie ma przypadkiem posmaku nie tylko regresu w myśleniu, ale także opresji?

Interesujący wydaje się jednak fakt, że Adrej Pejic, który w wywiadzie dla „Telegraph” na pytanie o to, czy zmieniłby płeć, odpowiedział: „Tak, gdyby zaproponowano mi kontrakt Victoria’s Secret”³⁶, dziś jest już kobietą. W 2014 roku model przeszedł operację zmiany płci i przyjął imię Andreja, w licznych wywiadach opowiadając o tym, że chciał to zrobić już, gdy kończył liceum, ale zdecydował się odłożyć ten proces w czasie, również ze względu na rozwijającą się karierę modela, która zapewniła środki finansowe dla kosztownego zabiegu. W maju 2015 roku Andreja pojawiła się na okładce amerykańskiego „Vogue’a” jako pierwsza otwarcie transgenderowa modelka. W artykule zatytułowanym *Czy przemysł modowy osiągnął transgenderowy punkt zwrotny*³⁷ mamy do czynienia z dość osobliwym zestawianiem informacji. Pod zdjęciem pięknej modelki znajduje się cytat z jej intymnej wypowiedzi: „Myślałam: «Spróbuj być chłopcem, spróbuj być normalna»”, oraz (jeszcze w tym samym wersie) informacje, że ma na sobie treneczka Ralpho Lauren, top Michaela Korsy, spodnie Chloé i pierścionek Lary Melchior. Powaga wypowiedzi zostaje rozbita przekazem reklamowym. „Sukces Pejic doskonale zbiegł się – oraz ucieleśnia – wejście transgenderowej tożsamości do społecznego i politycznego mainstreamu”³⁸, twierdzi Alice Gregory, autorka artykułu przywołując jednocześnie cytowane przez modelkę wypowiedzi osób martwiących się o jej karierę („Stracisz to, co było w tobie wyjątkowe. Nie będziesz już interesująca. Jest tyle ładnych dziewczyn”) oraz jednego z agentów, który stwierdził, że lepiej być androgynicznym mężczyzną niż *transsem*. Modelce chodziło natomiast o udowodnienie, że zmiana płci to coś więcej niż tylko chwyt. Przywołana zostaje również wypowiedź Gene’a Kogana z DNA Model Management: „Andreja miała przed sobą wyjątkową karierę jako model, często prezentujący damską odzież; zrezygnowała z tego. Otworzyła tym samym oczy wielu osobom, dzięki niej zyskali nową perspektywę. Jej wpływ będzie widoczny jeszcze przez wiele lat”. Wypowiedź ta jest o tyle interesująca, że właściwie trudno ją jednoznacznie zinterpretować.

Tendencja, by na pokazach mody damskiej ubrania prezentowali mężczyźni, a męskiej kobiety była wyraźna w 2014 roku – należy przywołać pokazy Gucciego, Chanel, Givenchy, Moschino czy Saint Laurent. Dyrektor kreatywny domu mody Gucci, Alessandro Michele, powiedział, że wybór modeli do damskiego pokazu był „zapisem tego, co dzieje się wokół nas: afirmacją wolności ponad kategoryzowaniem i szufladkowaniem”³⁹. Podobnego zdania jest również LadyFag, nowojorska performerka i pisarka, która zwróciła uwagę na to, że tak jak bycie „czarnym nie jest trendem” tak „bycie transsem nie jest trendem”. Przywołana w artykule Gregory projektantka Proenza Schouler twierdzi, że nikt nie przejmuje się już płcią,

³⁶ http://lula.pl/lula/1,111791,9232597,Andrej_Pejic_jest_gotowy_zmienic_plec.html, 22.05.2011.

³⁷ A. Gregory, *Has the Fashion Industry Reached a Transgender Turning Point?* <http://www.vogue.com/13253741/andreja-pejic-transgender-model/>, 27.05.2015.

³⁸ Ibidem.

³⁹ Ibidem.

która – przynajmniej w wymiarze estetycznym – przestała mieć już znaczenie i zanika. „Jako projektant odzwierciedlasz kulturę, a to jest teraz istotny aspekt naszej kultury” – powiedziała. Praktyki te, choć nie można ich porównywać do transseksualności, miałyby świadczyć o społecznej akceptacji i tolerancji. W świecie mody poza Leą i Andreją funkcjonują jeszcze dwie transseksualne modelki – Ines Rau i Arisce Wenzer, która w jednym z wywiadów zwróciła uwagę na istotny fakt, stojący niejako w kontrze do poprzednich, równościowych wypowiedzi. „Przemysł modowy jest kapryśny. Po prostu ma cię gdzieś. Jeśli coś nie jest teraz *trendy*, jest dla nich martwe. Zwykle słyszysz: «Już mamy transa. Już mamy czarną dziewczynę. (...) Będzie trudno wcisnąć jeszcze jednego z was»⁴⁰. Przyjaciel oraz ojciec chrzestny sukcesu Lei T. Riccardo Tisci powiedział natomiast: „Chciałem również wysłać wiadomość do świata, że poza tym, że jest [Lea – MR] transgenderowa, jest również po prostu człowiekiem. Mogła być bankierem, farmaceutką, kimkolwiek. Tak się złożyło, że jest modelką⁴¹. Wymienianie zawodu modelki w jednej linii z zawodami „codziennymi”, wymagającymi przy tym kontaktu z klientem wydaje się jednak jedynie retorycznym chwytem. Świat mody rządzi się bowiem zupełnie innymi prawami niż zawody bardziej „przeciętne”. Wskazywałyby również na to cytowane powyżej wypowiedzi Wenzer. Moda jest wielką machiną przemysłową i o jakichkolwiek szlachetnych celach nie zapewnialiby projektanci oraz redaktorzy magazynów jej poświęconych, jest nastawiona na cele stricte przemysłowe. Prześciganie się w oryginalności projektów może być wynikiem artystycznych i twórczych ambicji, ale przede wszystkim jest obietnicą lepszej sprzedaży. Kontrowersje, przełamywanie społecznego tabu oraz łamanie wszelkich reguł zawsze były najlepszymi kampaniami reklamowymi, a jeśli powodowały przy tym zmiany w sposobie myślenia o świecie, był to zwykle efekt uboczny. Nie chcę w ten sposób odmówić modzie jakichkolwiek szlachetnych pobudek – może ona wywierać pozytywny wpływ, może angażować się w akcje społeczne (jak choćby kampania sklepów H&M *Fashion against AIDS*), takie działania sprzyjają przy tym pozytywnemu wizerunkowi firmy, czego konsekwencje są już oczywiste – pierwszą i podstawową motywacją będzie zawsze sprzedaż. Dlatego należałoby z pewnym przymrużeniem oka traktować wypowiedzi takie, jak ta Bruce’a Webera, fotografa, który wykonał w 2014 sesję zdjęciową dla Barneys’a – stwierdził on, że kampania reklamowa, to nie były jedynie zdjęcia – udało się opowiedzieć historię siedemnastu transseksualnych modelek i modeli, które wzięły w niej udział przy pomocy broszury, która została przy okazji wydana. „Historie nie były zafiksowane jedynie na wymiarze komercyjnym. To były oczywiste fakty. Nie sposób nie obdarzyć olbrzymim szacunkiem ich [modelek – MR] odwagi⁴². Alice Gregory wypunktowuje zmiany, jakie nastąpiły w postrzeganiu osób transgenderowych, zauważa między innymi, że Barack Obama jako pierwszy z amerykańskich prezydentów publicznie użył słowa „transgenderowy”, a osoby transseksualne przestały być dyskryminowane

⁴⁰ <http://thehairpin.com/2013/09/interview-with-a-high-fashion-model-who-is-also-transgender/>, 27.05.2015.

⁴¹ <http://www.vogue.com/13253741/andreja-pejic-transgender-model/>, 30.05.2015.

⁴² Ibidem.

w programie opieki zdrowotnej – sześćdziesiąt dwa amerykańskie uniwersytety (w tym Harvard) zapewniają kuracje hormonalne oraz wspierają operacje zmiany płci. Warto tutaj również wspomnieć o zmianie nomenklatury – tego typu zabiegi są określane mianem *gender-confirmation* w opozycji do wcześniejszej nazwy *gender-reassignment*⁴³. Ciekawe, że autorka podkreślając fakt, iż społeczeństwo wciąż ma problemy ze swobodnym rozmawianiem na tematy płci kulturowej i transseksualizmu z obawy przed skomplikowaną terminologią oraz możliwością urażenia czyichś uczuć, zdaje się jednocześnie podkreślać, że świat mody jest znacznie bardziej liberalny – mówi się tam po prostu o ludziach, płęć niejako zostawiając na marginesie. „Jesteśmy bardzo otwarci na kwestie nienormatywne, ale to nie jest tak, że mówimy: «Och, tu będzie nam chodziło o transseksualną tożsamość»” – cytuje parę projektantów Mike’a Eckhausa i Zoe Lattę. Inny dizajner, Shayne Oliver, wyjaśnia, że myśli o swoich projektach jako o stworzonych dla „nowej generacji”, która traktuje kwestię płci bardziej elastycznie⁴⁴.

Być może „moda na androgyniczność” oraz otwarcie się na transseksualność jest faktycznie zapowiedzią zmian, które powoli zaczynają zachodzić w kulturze. Prawdopodobne jest jednak też, że odbija po prostu „modę na *gender studies*”. Zaskakuje jednak częstotliwość, z jaką dziennikarze piszący o modzie w 2011 roku posługiwali się określeniem „wzór piękna”, dodając do tego sformułowania zazwyczaj jeszcze dwa przymiotniki: „nowy” oraz „uniwersalny”, a przecież ów wzór chyba aż tak bardzo się nie zmienił. O Andreju Pejicu, mówiło się, że jest piękniejszy od wielu kobiet. Jako mężczyzna pojawiający się w sesjach zdjęciowych i pokazach mody damskiej był chyba idealną ilustracją opresyjnego mechanizmu mody, która od paru dobrych dziesięcioleci promuje bardzo szczupłą i wydłużoną chłopcę sylwetkę, jako niedościgniony wzór kobiecego piękna. Nawet postać Lei T., której obecność w świecie mody dała nadzieję ma włączenie do społeczeństwa i oficjalnego dyskursu mniejszości seksualnych, naznaczona jest rodzajem ambiwalencji spowodowanej faktem przynależności do dominującego wzorca. Tego faktu jednak nikt nie wydaje się zauważać. Dodatkowo jej miejsce w dyskursie medialnym zajęła teraz Andreja Pejic, o której – w ramach sensacji – rozpisywały się nawet polskie media głównego nurtu⁴⁵. Warto również zauważyć, że Andreja pojawiła się wtedy, kiedy międzynarodowa popularność Lei nieco przycichła i zaiste trudno nie postrzegać tego w kategoriach podsycania powszechnego zainteresowania światem mody. W 2014 roku, mimo dużo rzetelniejszego podejścia do problemu i zwrócenia uwagi, na fakt, że osoby transseksualne wciąż postrzegane są w kategoriach ciekawostki, by nie powiedzieć – kuriozum, autorzy artykułów w czasopiśmie modowych nie są w stanie powściągnąć entuzjazmu dla swojego – nieco hermetycznego – świata, który w ich przekonaniu, w imieniu społeczeństwa, zrobił pierwszy milowy krok dla równouprawnienia.

⁴³ Zob. *ibidem*.

⁴⁴ Zob. *ibidem*.

⁴⁵ Zob. <http://www.tvn24.pl/kultura-styl,8/andrej-pejic-teraz-jest-kobieta-wreszcie-poczulam-sie-soba,453195.html>, 30.05.2015.

**Between Oppression and Subversion. Fashion as the Potential Branch
to Express Non-Normative Corporeality**

The author analyses the presence of androgyny and transsexuality mainly in fashion industry which fashion journalists and commentators like to see as a milestone in the fight for equality, stressing the ambivalence of marketing techniques and arguing that – similarly to Erving Goffman's category of stigma – apart from having subversive potential it can also have an oppressive downside.