

KIRJA-ARVIO

Mallin työ ruumiin, mediateknologian ja glamourin yhteenliittymänä

Wissinger, Elizabeth A. (2015). *This Year's Model. Fashion, Media, and the Making of Glamour*. London & New York. New York University Press, 351 s.

Sosiologi ja muodintutkija Elizabeth Wissingerin kirja käsittelee mallin työtä ja siihen liittyneitä käytäntöjä ja ihanteita 1800-luvun lopulta tähän päivään saakka. Huomio on pääasiallisesti Yhdysvalloissa ja New Yorkissa, mutta tarkastellun tutkimuskirjallisuuden ja mediamateriaalin kautta *This Year's Model* laajenee yleisemmäksi kuvaukseksi siitä, miten mallin työn muutokset kytkeytyvät mediateknologioiden kehitysvaiheisiin ja vallinneisiin ruumisihanteisiin. Teos on jaettu temaattisesti lukuihin, jotka lähestyvät mallimaailmaa muotinäytösten, muotikuvauksen, muotilehtien ”kansikuva-tyttöjen”, malli-ihanteiden, kykyjenetsinnän, rodun ulottuvuuksien, konkreettisten työkäytäntöjen sekä ulkonäön muokkauksen kautta.

Paaluttaessaan sitä, millaisesta ruumiin ja teknologian välisestä suhteesta mallin työssä ja mallien kuvaamisessa on kyse, Wissinger käy vuoropuhelua etenkin muotihistorioitsija Caroline Evansin ja sosiologi Ashley Mearsin mallimarkkinoita käsittelevien tutkimusten kanssa. Ruumiin teoretisoinnissa hän puolestaan nojaa foucault'laiseen biopolitiikkaan. Wissingerin lähtökohtana on ajatus, jonka mukaan yksilöt kontrolloivat toimintaansa ja mukauttavat sen kulttuurisiin normeihin, jotta heidät määriteltäisiin ruumiina kauniiksi, legitiimeiksi ja hyväksytyiksi.

Wissingerin etnografisena tutkimusaineistona ovat mallien ja mallitoimistojen johtajien haastattelut sekä havainnot muotinäytöksistä, kuvauksista ja tilaisuuksista, joista mallitoimistot hakevat uusia malleja. Pääosin aineisto on kerätty New Yorkissa, mutta mukana on myös muutamien pariisilaisten mallitoimistojen johtajien haastattelut. Lisäksi aineistoon lukeutuu monenlaista printti-, televisio- ja verkkomateriaalia, joka käsittelee malleja ja mallien työtä.

Analyysi jäsenyyttä glamour-työn (*glamour labour*) käsitteen ympärille. Kyse on oman ruumiin, persoonallisuuden, ihmissuhteiden ja brändeihin kiinnittävän elämäntyylin kontrolloinnista ja näytelle asettamisesta, käytännöistä joilla luodaan mielikuvaa omasta ”cooliuudesta” ja muodikkaisuudesta. Glamour-työssä ruumis määrittyy tuottavaksi ja muokattavaksi resurssiksi, jonka liikkeistä ja läsnäolosta huolella valituissa tapahtumissa ja hohdokkaissa kaupunkiympäristöissä tuotetaan visuaalisia todisteita sosiaaliseen mediaan.

Glamour-työ ei Wissingerin mukaan koske pelkästään malleja tai muita muotimaailman toimijoita, vaan kaikkia, jotka päivittävät kiihkeällä tahdilla Facebook-statuksia, ottavat kampauksia tai teettävät parranajoja profiilikuvia varten ja twiittaavat tai bloggaavat trendikkäiksi miellettyistä mieltymyksistään luodakseen itsestä viehättävää ja kiehtovaa vaikutelmaa. Mallialalla glamour-työn merkitys kuitenkin korostuu. Sen edellyttämät aktiviteetit normalisoidaan ja esitetään kiinteäksi osaksi työtä ja vapaa-aikaa, joita ei voi erottaa toisistaan.

Varhaisvaiheessa 1800-luvun lopulla mallin työ ei juuri muistuttanut sitä ammattia, jollaiseksi se nykyään mielletään. Wissinger huomauttaa, että pariisilaissuunnittelijoiden alaisina työskennelleiden varhaisten mallien ei sallittu puhua eikä ottaa katsekontaktia asiakkaisiin. Heidän tehtävänään oli kävellä edestakaisin salongissa ja havainnollistaa, miltä vaatteet näyttivät liikuttaessa. Mallien persoonallisuus tuli piilottaa, sillä yksilöllisyys ja ainutkertaisuus oli varattu suunnittelijalle. Taustaltaan mallit olivat pääosin työväenluokkaisia naisia, kun taas heidän kantamiaan asuja tarkasteleva asiakaskunta koostui keski- ja yläluokkaisista naisista ja miehistä. Koska mallit muokattiin keskenään yhdenmukaisiksi suunnittelijan estetiikan ilmentäjiksi, heidät oli Wissingerin mukaan mahdollista tarjota asiakkaille luokkamerkitsijöistä riisuttuina tyhjinä tauluina, joihin kukin saattoi projisoida omia tarpeitaan. Varhaisvaiheelle oli myös tavanomaista, mallin hommia tehtiin sivutyönä, josta saadut palkkiot olivat hyvin vaatimattomia.

Kaupalliset muotinäytökset vakiintuivat Yhdysvalloissa 1910-luvun kuluessa ja muotivalokuvaus uutena genrenä 1920-luvulla. Printtimainosten määrä lisääntyi merkittävästi 1920-luvulla, mikä osaltaan vaikutti mallien tarpeen kasvuun ja mallitoimistojen perustamiseen. Mallien tyylin brändäämisen ja mallitoimistojen perustamisen uranuurtajaksi Wissinger nostaa John Robert Powersin. Hän kehitti periamerikkalaisuudelle ja ”luonnollisuudelle” nojanneen Powers Girls -brändin, jonka mukaisiksi palkatut mallit muokattiin. Wissingerin mukaan Powersin toimisto oli ensimmäinen, jossa malleilta alettiin vaatia tiukkoja pituus- ja painomittoja. Mallitoimistojen myötä mallit alkoivat muistuttaa tuotteita, joiden tyyliä ja ominaisuuksia muokattiin erilaisten asiakkaiden tarpeisiin. Samalla itse työ ammattimaistui ja palkkataso alkoi nousta.

1920-luvulla hoikka vartalo vakiintui malliruumiin ihanteeksi. Wissingerin mukaan malliteollisuudessa on näihin päiviin asti jaettu käsitys siitä, että vaatteet pääsevät parhaiten oikeuksiinsa hoikkien mallien yllä, koska hoikka ruumis ei kilpaile katsojien huomiosta sen yllä olevan vaatetuksen kanssa. Wissinger tuo esiin, että hoikkuuden vaade kytkeytyi osin myös työn rationaalisointiin ja työntekijäruumiin nuoruutta ja notkeutta suosivaan ihanteeseen.

Wissingerin mukaan mallit näyttivät tietä kulutuskeskeiseen elämäntapaan esittämällä vaatteet keinoksi tulla osaksi kuluttavaa yhteisöä. Hän osoittaa, että mallit olivat 1960-luvulle asti jakautuneet pitkälti muotinäytöksiä tekeviin malleihin ja malleihin, joita kuvattiin mainoksiin ja lehtiin. Muotinäytösmalleilta edellytettiin oikeanlaista ryhtiä, liikehdintää ja asennetta sekä ilmeiden ja vartalonliikkeiden hallintaa halutun vaikutelman tuottamiseksi. Kuvattavien mallien kohdalla kasvojen, sileän ihon ja puhtaslinjaisten siluettien merkitys oli näytösmalleja suurempi. Kuvaamisen käytännöissä, studiovalaistuksessa ja lavastuksessa vaikutteita haettiin varsinkin 1930- ja 1940-luvuilla Hollywood-elokuvista.

Wissinger kuvaa, kuinka Yhdysvalloissa perustettiin 1940-luvun lopulla paljon aikakauslehtiä, jotka luottivat tarinankerronnassaan värikuvien ja muodin vetovoimaan. Hollywoodin elokuvatahtien rooli oli keskeinen 1950-luvun kauneuskuvaston ja naisihanteiden rakentumisessa sekä muotien leviämässä. Ajan muotinäytökset olivat tarkasti käsikirjoitettuja ja muodollisuuteen pyrkiviä esityksiä. Wissinger tulkitsee 1940- ja 1950-luvun puuteroitujen mallien huokuneen eleganssia, ylenkatsovuutta ja saavuttamattomuutta. Mallien tietynlainen poseeraus ja elekieli alettiin kytkeä tiettyjen muotitalojen tai niiden suunnittelijoiden tyyliin. Tästä esimerkkinä Wissinger nostaa esiin niin sanotun Chanel-poseerauksen, jossa mallilla on toinen jalka edessä, vatsa litteänä, pää kohotettuna, leuka ylhäällä ja toinen käsi hameen taskussa.

Wissingerin mukaan vasta television yleistymisen myötä rajanveto näytösmalleihin ja ”printtimalleihin” häveni. Television intiimiydelle rakentuneen esitystavan vuoksi mallien persoonallisuutta alettiin korostaa. Televisionäkyvyyden kautta huippumuotia esittelevät mallit alkoivat saavuttaa julkiksen aseman, mikä osittain hämärsi mallien ja elokuvatahtien rajaa. Ajan naiseuden ihanne kulminoitui pienikokoisen, lyhythiuksisen ja suurisilmäisen Twiggyyn hahmoon, jonka tyyliä lukuisat tytöt ja naiset jäljittelivät. Toisena keskeisenä 1960-luvun muodin vaikuttajana Wissinger pitää minihameen suuren yleisöön tietoisuuteen tuonutta suunnittelija Mary Quantia. Hänen vuoden 1964 muotinäytöksessä polvihousuihin, cowboy-bootseihin ja Norfolk-takkeihin pukeutuneet mallit tanssivat ja juoksivat ilmentäen villiä energiaa, joka sekä kiehtoi että järkytti yleisöä. Quant painotti, että mallien on oltava valokuvauksellisia ja kyettävä improvisoimaan lavalla. Muotinäy-

tösten tavoitteeksi muodostui vaikutuksen aikaansaaminen yleisössä, mikä saattoi tapahtua myös vaatteiden esittelyn kustannuksella.

1960-luvulta lähtien tummaihoisten mallien käyttö yleistyi mallibisneksessä, mutta heidät esitettiin joko valkoisten mallien ”mustina versioina” tai ”eksoottista” edustavana tyyppinä. Wissinger toteaa, että virallisia tilastoja valkoisten ja ei-valkoisten mallien määristä on vaikea saada. Niiden sijaan hän viittaa lehtiin ja blogeihin, joissa on käsitelty ”ei-valkoisten” mallien ali-edustusta muotinäytöksissä ja laajemminkin mallibisneksessä. Ashley Mearsin tutkimuksen pohjalta Wissinger nostaa myös esiin mallien tyyppittelyn keskeisyyden mallibisnekselle ja mallien rekrytoinneille. Tyyppiä (*type*) käytetään kiertoilmauksena iän, sukupuolen, etnisyyden ja ulkonäön piirteiden kaltaisten ominaisuuksien yhdistelmästä.

Itsen tietoista markkinointia tyyppien kautta on Wissingerin mukaan edellytetty kaikilta malleilta, mutta tietoisuus ihonvärin merkityksistä on koskenut nimenomaan tummaihoisia malleja. Heidän kohdallaan rotua voidaan lähestyä esteettisenä värisysteeminä, jossa tietty ihonsävy ikään kuin sopii hyvin yhteen asujen tiettyjen värien kanssa. Wissinger toteaa, että mustien mallien harjoittamassa rodullisten piirteiden häivyttämisessä tai korostamisessa ei ole kyse pelkästään mallitoimistojen harjoittamasta arvioivasta katseesta vaan myös valkoisesta katseesta. Haastateltujen malliteollisuuden portinvartijoiden väite, jonka mukaan mallien valinnassa ihonvärin perusteella on kyse esteettisyydestä (eikä rodusta), antaa heille Wissingerin mukaan mahdollisuuden vetäytyä suojaan siltä, miten he toiminnallaan rakentavat ja pitävät yllä rodullisten stereotyyppijä.

1980-luvulle tultaessa muotinäytökset eivät olleet enää yksinomaan ostajien ja vakioasiakkaiden sfääriä, vaan ne alkoivat muistuttaa rock-spektaakkeliä kaltaista televisioitua massaviihdettä. Muotinäytösten määrä kasvoi, mikä liittyi voimistuneeseen globalisaatioon. Wissinger toteaa, että huippumuodista tuli viihdettä, jossa suunnittelijat yrittivät päihittää toisensa oudoilla kampauksilla ja meikeillä, paljasta pintaa näyttävillä puvuilla ja kikkailevalla lavastuksella. Malleille tarjoutui mahdollisuus työskennellä muissakin suurissa kaupungeissa kuin New Yorkissa, Pariisissa, Milanossa ja Lontoossa tai uusissa vaihtoehtokulttuureihin kiinnittyneissä muotilehdissä.

Mallin työstä tuli 1990-luvun alkupuolella kokonaisvaltaista ja urakeskeistä kokopäivätyötä, joka edellytti kykyä saada työhön liittyvät ruumiilliset aktiviteetit näyttämään helpolta ja hauskalta. Koska kaapelitelevisio laajensi televisioisisältöjen ja -mainosten määrää ja lisäsi kilpailua globaalien yleisöjen huomiosta, yhä useammat mainostajat halusivat käyttää tunnettuja julkkismalleja. Cindy Crawfordin, Naomi Campbellin, Linda Evangelistan ja Claudia Schifferin kaltaisissa huippumalleissa yhdistyi vallan, feminiinisuuden, kauneuden, glamourin ja hauskuuden vetovoima. Oman ruumiin muokkausta ja vaihtuvien tyylien omaksumista ei kuitenkaan pidetty enää

vain mallien tehtävänä, vaan se alkoi näyttää yhä enemmän kaikkien velvollisuudelta.

Wissinger toteaa, että nykyisessä mallin työssä internetin ja sosiaalisen median kuvavirran hallitsema välähdyksenomainen katsominen on alati läsnä. Muotiblogien ja sosiaalisen median myötä kauneusihanteista on tullut aiempaa joustavampia ja moniäänisempiä. Tarkoista ulkonäkö- ja mittakriteereistä on liikuttu suuntaan, jonka keskiössä on mukautuvainen, muuttuva, omaa potentiaaliaan optimoiva ja verkkoympäristöissä harkitun visuaalisesti esillä oleva ruumis. 2000-luvun tosi-tv:n mallikilpailut, kuten *America's Next Top Model*, ovat Wissingerin mukaan paljastaneet mallin työn arkisuuden ja vähentäneet sen mystifiointia. Lisäksi ne ovat osaltaan tuottaneet uusliberalistista käsitystä siitä, että malliksi pääsy ja mallin työssä menestyminen on yksilöstä kiinni. Wissinger kiinnittää huomiota myös lisääntyneisiin kykyjenetsintäkilpailuihin, joiden korkeita osallistumismaksuja lukuisat nuoret naiset maksavat siinä toivossa, että mallitoimistot löytäisivät juuri heidät, vaikka osallistujien lukumäärään suhteutettuna mahdollisuudet ovat vähäiset.

Nykyisten mallien glamour-työssä on kyse tyyli- ja bränditietoisien elämän elämisestä, ulkonäön muokkaamisesta sekä valmiudesta asettua jatkuvasti toisten arvioitavaksi. Affektiivisuus ymmärrettynä yleisöiden emotionaalisten reaktioiden viritäjäksi on siinä oleellista. Wissingerin mukaan mallin työn affektiivisuus palautuu työntekijän kykyyn ylittää ruumiilliset rajansa ja asettaa itsensä ja tunteensa suhteessa kameran teknologiaan, kuvaustiimin työskentelyyn sekä kankaan tuntuun iholla – siis kaikkeen siihen, mistä syntyy vaikeasti määriteltävää vitaalisuutta tai ainakin siihen vihjaamista.

Malli persoonana ja esineenä on institutionalisoitu käytännöissä, jotka ovat muokanneet ymmärrystä sukupuolesta, luokasta, makuhierarkiasta ja siitä, mitä ruumis on. Mallin työn varhaisvaiheet 1800-luvun loppupuolella, sen ammatillistuminen 1920- ja 1930-luvuilla ja ensimmäinen kukoistusaika 1940- ja 1950-luvuilla eivät osoita pelkästään muotimaailmassa tapahtuneita muutoksia. Ne heijastavat osaltaan myös työtä tekevien naisruumiiden standardisointia, jonka pääarenoina muotinäytökset ja muotikuvat ovat toimineet. Wissingerin teoksen johtajatukseksi nouseekin se, että naismallin, muodin kuluttajien, brändien, muotiteollisuuden ja kuvallisten konventioiden muodostama punos on monimutkaisesti läsnä siinä, miten kauneutta ymmärretään ja tuotetaan mediavirittyneissä elämisen käytännöissä.

Kokonaisuutena Wissingerin teoksessa valaistetaan kiinnostavasti eri näkökulmista sitä, millaisten historiallisten, teknologisten ja mediakulttuuristen seikkojen seurauksena mallin työ on kehittynyt nykyisenkaltaiseksi glamourtyöksi. Kirja osoittaa, että ruumiin ja kuvan tai mallin ja tuotteen väliset rajat on syytä ylittää, mikäli halutaan ymmärtää mallien mediaesityksiä. Ajanjaksojen käsittely teknologiavetoisesti tosin johtaa paikoin siihen, että kulloinkin

dominoivaksi nostettu media jyrää tarkastelussa liiaksi tieltään eri medioiden rinnakkaiselon ja yhteisvaikutukset.

Teos tarjoaa läpileikkauksen mallin työn käytäntöjen ja arvostusten muutoksista ja niihin vaikuttaneista tekijöistä. Siinä selitetään, miten kunakin ajanjaksona vallinneet käsitykset ihanteellisesta, terveestä ja haluttavasta ruumiista ovat määrittäneet tapoja katsoa naismallien kuvia. Yksittäisten mallimaailman toimijoiden positioiden, tekojen ja näkemysten tarkastelun yhdistäminen makrotason historiallisiin ja teknologisiin muutoksiin toimii pääsääntöisesti kautta linjan.

Etnografisen tutkimusaineiston keruu ja kentälle pääsyn haasteet on kuvattu eloisesti. Teoksen kieli on muutenkin mukaansatempaavaa. Paikoin tämä johti kuitenkin lukiessa siihen, että aloin kaivata perusteellisempaa kuvausta ja pohdintaa analyysin tekotavoista. Toisinaan koin myös, että analyttistä tarkastelua voisi viedä astetta pitemmälle. Olisin esimerkiksi kaivannut työn affektiivisuuden pohdinnan ulottamista mallin työn varhaisvaiheisiin ja 1900-luvun ensimmäisiin vuosikymmeniin. Kuvaukset siitä, miten mallin työ leimattiin varhaisvaiheessa epäilyttäväksi, mutta 1940-luvultaessa etäisiksi ja ylenkatsoviksi miellettyjä malleja ihailtiin, olisi voinut olla herkullinen lähtökohta sen analysoinnille, miten affektit ja emootiot kiinnittyivät niin mallin työn kuin mallien arvottamiseen.

Olisin myös odottanut enemmän mallien glamour-työn sukupuolittuneiden tai sukupuolta tuottavien käytäntöjen sekä luokkaperspektiivin huomiointia. Vaikka Wissinger kerii glamour-työtä esiin monilta kanteilta, luokan ulottuvuuksien tarkastelu katoaa taustalle viimeistään siinä vaiheessa, kun käsitellään internetin ja sosiaalisen median hallitsemää aikaa. Tutkimuksen informanttien joukossa on mukana miesmalleja, mutta miesruumista koskevat ihanteet ja esittämisen tavat jäävät teoksessa marginaaliseen asemaan. Kirjassa tuodaan lähinnä esiin miesten vähemmistöasema malliteollisuudessa sekä suunnittelija Hedi Slimanen vaikutus siihen, kuinka kymmenisen vuotta sitten hoikan ruumiin ihanne alkoi koskea myös miesmalleja.

Teosta voi suositella erityisesti muodintutkimukseen, mediatutkimukseen, affektitutkimukseen, työn sosiologiaan ja biopolitiikan kysymyksiin orientoituville tutkijoille ja opiskelijoille. Sen ansiokkuutta lisäävät naismalleja esittävät kuvat, jotka mustavalkoisinakin havainnollistavat hyvin Wissingerin tulkintoja eri aikakausien malli-ihanteista.

Anne Soronen