

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA HUMANITNÍCH STUDIÍ

Bakalářská práce



Habitus modelky: Etnografie modelingové agentury

Habitus of a model: Etnography of a modeling agency

Martina Zelená

Vedoucí práce: Mgr. Alžběta Wolfová

Praha 2023

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem předkládanou práci vypracovala samostatně. Všechny použité prameny a literatura byly řádně ocitovány. Práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze dne:

.....

Martina Zelená

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucí své bakalářské práce, Mgr. Alžbětě Wolfové za její ochotu, vstřícnost, cenné rady a trpělivost při vedení práce.

Abstrakt

Cílem této bakalářské práce je porozumět tomu, jakým způsobem je konstruován habitus v kontextu interakce mezi modelkami a modelingovou agenturou, a to zejména ve vztahu k tělesnosti. Teoreticky vycházím zejména z teorie jednání Pierra Bourdieuho, kterou propojuji s Foucaultovými tezemi, jež se týkají disciplinace těla. Ve zkoumání procesu osvojování si specifického habitu mi budou oporou koncepty Catherine Hakim - erotický kapitál a Loica Wacquanta - tělesný kapitál. Pro tuto práci volím metodu etnografického výzkumu formou zúčastněného pozorování v prostředí konkrétní modelingové agentury v kombinaci s polostrukturovanými rozhovory s modelkami, které jsou touto agenturou zastupovány.

Klíčová slova:

habitus; kapitál; tělo; moc, modeling

Abstract

The aim of this bachelor thesis is to understand how habitus is constructed in the context of interaction between models and modeling agencies, especially in relation to corporeality. In particular, I draw theoretically on Pierre Bourdieu's theory of practice, which I link to Foucault's theses concerning the disciplining of the body. In exploring the process of acquiring a specific habitus, I will be supported by Catherine Hakim's concepts of erotic capital and Loic Wacquant's concepts of bodily capital. For this thesis, I choose an ethnographic research method in the form of participant observation in the setting of a specific modeling agency, combined with semi-structured interviews with models represented by the agency.

Key words:

habitus; capital; body; power, modeling

1. Úvod	6
2. Teoretická východiska	8
2.1. Teorie jednání Pierra Bourdieu	8
2.2. Erotický kapitál Catherine Hakim	10
2.3. Zacházení s tělem v antropologii	11
2.4. Moc a normy podle Michela Foucaulta	11
2.5. Orientalismus	12
3. Metodologie výzkumu	13
3.1. Výzkumná strategie	13
3.2. Prostředí výzkumu a zkoumaného vzorku	13
3.3. Metody tvorby dat	15
3.4. Výzkumný problém a výzkumné otázky	17
3.5. Reflexe výzkumu	17
3.5.1. Pozice výzkumníka	17
3.5.2. Hodnocení kvality výzkumu	18
3.5.3. Etika výzkumu	19
4. Empirická část	21
4.1. Plus size, petite, baby skin - Fyzický vzhled modelky	21
4.2. Chůze, pózy, Instagram - Schopnosti modelky	33
4.3. Oficiálně modelkou	38
5. Závěr	40
6. Bibliografie	42

1. Úvod

V prostředí modelingových agentur a samotného modelingu se pohybuji již od dvanácti let a strávila jsem v něm téměř polovinu svého života, proto je mi důvěrně známé. Od poměrně útlého věku jsem tak byla konfrontována jevy typickými pro toto prostředí, kterými jsou například velmi konkrétní představa ideálu krásy či neustálé přeměřování vlastního těla a poměřování s jinými dívkami, ostatními modelkami. Byla jsem tímto prostředím velmi ovlivňována a postupně jsem si začala uvědomovat závažnost tohoto společenského tématu, což byla má prvotní motivace pro tento výzkum.

Domnívám se, že mnoho jevů, které v této práci sleduji, přesahují hranice modelingu a neovlivňují tak pouze ty, kteří se pohybují v modelingovém prostředí. Například skrze média a vliv módních značek je na společnost vytvářen tlak v podobě norem krásy. Jak je uvedeno v textu *Beauty standards* (Frederick, 2015), populární média zobrazují ideál ženské krásy, kterého nedosahují ani samotné modelky natož pak ženy, které je sledují. Ženská těla jsou pak médií objektivizována i prostřednictvím pojmů jako jsou *krása*, *nedostatky* či *přirozenost* a ženy tak jsou neustále vystavovány těmto obrazům. (Frederick, 2015) To vede k nižší spokojenosti s vlastním tělem. (Frederick, 2015)

Hlavním cílem práce je popsat a porozumět tomu, jakým způsobem je utvářen habitus (Bourdieu, 1998) modelky a jakou má podobu. Proces utváření specifického habitu popisují skrze již zmíněné normy. Výzkumná data jsem získala prostřednictvím etnografického výzkumu, který jsem prováděla v rámci jedné modelingové agentury v České republice v kombinaci s polostrukturovanými rozhovory. Výzkum byl zaměřen na aktérky spjaté agenturou, kde jsem uskutečnila zúčastněné pozorování. Ačkoliv se témata, kterými se zabývám v této práci, týkají i mužů, můj vzorek je genderově specifický, neboť jsem se v agentuře setkala výhradně s ženami a dívkami. Výzkumný problém jsem uchopila primárně za pomoci Teorie jednání od Pierra Bourdieu (Bourdieu, 1998). Dále jsem využila teoretických konceptů, které navazují na Teorii jednání, jako jsou koncept tělesného kapitálu Loica Wacquanta (1995) a koncept erotického kapitálu, jehož autorkou je Catherine Hakim (2010). Prostředí modelingu nahlížím jako specifické sociální pole s vlastními normami a pravidly, což mi umožňuje zvažovat jednání, uvažování a způsob vyjadřování modelek jako specifický habitus, který je osvojován prostřednictvím akumulace různých druhů kapitálů. (Bourdieu, 1998) Modelingová agentura je prostor, kde se normy krásy hromadí a jsou komunikovány modelkám agenturou. Současně jsem teoretický rámec podpořila

dílem Michela Foucaulta. (2000) Foucaultovu teorii využívám proto, že mým cílem není pouze porozumět existujícím normám a doxám modelingového pole. Snažím se pochopit také následnou sebedisciplinaci ze strany modelek.

Práce je rozdělena na pět částí. Úvod následuje kapitola, kde představuji konkrétní teoretické koncepty a uvádím, jak byly využity v návaznosti na zkoumaný terén a interpretaci dat. Další segment práce se zabývá metodologií výzkumu. Zde vykládám výzkumnou strategii, kterou jsem zvolila. Dále podrobně charakterizují prostředí výzkumu a výzkumný vzorek společně s následným představením metody tvorby dat a výzkumných otázek, které jsem si pro výzkum stanovila. V této části se také věnuji etické rovině výzkumu společně s významem reflexivity v rámci výzkumu. Následuje empirická část, ve které ilustruji zkoumané jevy za pomoci úryvků z dat, které interpretuji uvedenými teoriemi. První podkapitola se věnuje normám, které se vztahují na fyzický vzhled modelky a tomu, jak jsou normy agenturou dívkám komunikovány. Druhá podkapitola se týká schopností modelky. V obou kapitolách se zabývám odlišnými druhy kapitálů, jejichž akumulace probíhá primárně prostřednictvím (sebe)disciplinace u dívek. Normy a požadavky nastíněné v těchto dvou kapitolách současně významně ovlivňují podobu habitu modelek. V poslední části této kapitoly rozebírám významný moment procesu stávání se modelkou, který je ukazatelem výše jejího symbolického kapitálu a potvrzením toho, že je profesionální modelkou.

V poslední kapitole je z celého výzkumu shrnut závěr, který zodpovídá stanovené výzkumné podotázky, které rozebírám již v empirické části práce, a hlavní výzkumný problém, jež se týká povahy habitu modelek.

2. Teoretická východiska

Na fenomén modelingu lze nahlížet z mnoha perspektiv za využití různých teorií a přístupů. V této práci využívám zejména optiky sociokulturní antropologie těla.

Mears a Finlay ve svém sociologickém článku *Not just a paper doll* (2005) zkoumají tělesný kapitál modelek v Atlantě a to, jak s ním dotazované modelky pracují a dosahují tak úspěchu v modelingovém průmyslu. Kromě Wacquantova tělesného kapitálu (Wacquant, 2002) se také zaměřují na druh emoční práce (Hochschild, 2003), která se u modelek objevuje a díky které se mimo jiné modelky vypořádávají s objektivací. (Mears, 2005) Kromě toho autorky v textu poukazují, v návaznosti na Marxe či Foucaulta, na způsoby, jakým ideály těla slouží jako mechanismy sociální moci a kontroly. Příkladem může být ideál štíhlého těla, který symbolizuje nejen estetický ideál, ale také vnitřní disciplínu, která může být nezbytná k jeho dosažení. (Mears, 2005)

2.1. Teorie jednání Pierra Bourdieu

Klíčovým autorem pro mnou zvolený teoretický rámec je francouzský sociolog a antropolog Pierre Bourdieu, který pracuje ve své teorii jednání s koncepty sociálního pole, habitu a konceptem kapitálů. Primárně se v mém výzkumu zabývám právě habitem modelek. Nicméně všechny uvedené koncepty jsou vzájemně provázány.

Bourdieu definuje habitus jako soubor individuálních a individualizovaných dispozic k tomu vnímat, myslet a jednat ve světě určitým způsobem. Tyto dispozice jsou výsledkem působení objektivních struktur, kterým je příslušný aktér dlouhodobě vystaven. Každý aktér obsazuje v rámci sociálního prostoru určitou pozici, ze které vnímá svět. O habitu tedy můžeme uvažovat jako o strukturovaném principu. Současně se jedná ale také o strukturující princip, neboť prostřednictvím praktického jednání aktéra, vnější svět produkuje. (Růžička, 2011) Habitus je forma nevědomých schémat, která si jedinec osvojuje trvalým působením konkrétních sociálních podmínek, prostřednictvím internalizace externích omezení a možností. Současně jsou tato schémata sdílána lidmi s podobnými zkušenostmi. (Wacquant, 2002)

Sociální pole můžeme chápat jako samostatný mikrokosmos, kde vládou specifická pravidla, normy a hodnoty a který vnucuje svá schémata nově příchozím. (Bourdieu, 1998) Pole je strukturováno vlastním systémem distribuce kapitálů. (Růžička, 2011)

Pozice, kterou jedinci zauímají v daném sociálním poli, je určována rozdělením různých druhů kapitálů, které můžeme chápat jako zdroje, kterými jednotliví aktéři disponují. Kapitálem může být cokoliv, co má v daném poli nebo sociálním prostoru diferencující efekt a způsobuje tedy nerovné rozdělení moci. (Růžička, 2011) Můžeme se setkat s rozlišením čtyř základních kapitálů, které ve své teorii Bourdieu uvádí. Prvním z nich je kapitál kulturní, který zahrnuje znalosti, dovednosti, které lze získat prostřednictvím socializace a vzdělávání. Konkrétně jej lze rozdělit na ztělesněný kulturní kapitál, který zahrnuje internalizované kulturní dispozice, návyky a preference. Oproti tomu institucionalizovaný kulturní kapitál se týká formálních pověření, titulů, certifikací a kvalifikací, které mohou poskytnout sociální status. Dále Bourdieu definuje ekonomický kapitál, který se týká hmotných finančních zdrojů, jako jsou peníze, majetek a další aktiva. Třetím základním kapitálem je sociální, což je síť sociálních konexí neboli soubor zdrojů získaných na základě členství ve skupině, jakými mohou být rodina, přátelé či profesní skupina. Sociální kapitál může jednotlivcům poskytovat podporu, informace, příležitosti a sociální vliv. (Bourdieu, 1998) Aby mohlo být něco považováno za kapitál, musí to být převoditelné na kapitál symbolický. Symbolický kapitál funguje tak, že aktér prostřednictvím něj získává „explicitní nebo praktické uznání.“ (Bourdieu, 1998) Na pozicích, které zauímají aktéři ve společnosti, a také na tom, jak jsou rozděleny druhy kapitálů, závisí systém dispozic, které aktéři získávají. (Wacquant, 2002)

Tyto čtyři základní druhy kapitálů později doplňují další teoretici. Ve své práci využiji koncept erotického kapitálu od Catherine Hakim (Hakim, 2010), který rozvedu v následující části. A kromě toho se dotknu také tělesného kapitálu, který definoval Loic Wacquant. Tělesný kapitál zahrnuje různé prvky, jako je síla, vytrvalost, obratnost nebo koordinace. (Wacquant, 1995) Ve svém výzkumu pole profesionálního boxu se Wacquant zaměřuje na to, jak tělo boxera akumuluje práci, kterou následně zužitkuje a tělo pak funguje jako forma kapitálu. Wacquant sleduje, jak dochází k tělesné i mentální disciplinaci těla boxerů a boxerskou tělocvičnu zvažuje jako autonomní sociální pole. Habitus, který si boxeři vtělovacími praxemi osvojí, ale přesahuje pole boxerské tělocvičny například do jejich soukromého a partnerského života. (Wacquant, 1995) Ačkoliv koncept tělesného kapitálu v některých částech výzkumu využiji, data vztahuji převážně ke kapitálu erotickému od Catherine Hakim (2010), který je pro pozorované jevy vhodnější.

Za pomoci teorie jednání nahlížím na prostředí modelingové agentury jako na specifické sociální pole s vlastními pravidly, normami a hodnotami. Uvažuji o něm jako o dynamickém prostoru, ve kterém aktérky akumuluji různé druhy kapitálu, což zlepšuje jejich pozici

v daném sociálním poli. Aktérky si také během akumulace kapitálů osvojují schémata jednání a mění se tak také jejich habitus, kterému se snažím porozumět.

2.2. Erotický kapitál Catherine Hakim

Jak jsem již uvedla výše, teorii jednání a koncept kapitálu od Pierra Bourdieu rozšiřuje Catherine Hakim o kapitál erotický. (2010) Tento druh kapitálu tedy doplňuje kapitál sociální, kulturní a ekonomický a je podle Hakim kombinací vizuálních, sociálních a fyzických hodnot společně s estetickou stránkou jedince. Hakim erotický kapitál dělí na osm aspektů. (2010)

Prvním elementem je statická krása, jež se vztahuje zejména k vizuální stránce obličeje. Je specifická pro každou kulturu a časové období, proto je nezbytné zohledňovat tyto kontexty. Druhým aspektem je sexuální atraktivita, která se vztahuje naopak spíše k tělu. K tomu, jak tělo vypadá, jak se hýbe, jak člověk mluví nebo jak se chová. Stejně jako krása je kulturně a časově specifická. Třetí aspekt je sociální. Ten se podle Hakim odvíjí od toho, jak je člověk schopný v sociálních interakcích, jaký má šarm, půvab a jak si je schopen získat lidi ve svém okolí. Hakim sociální aspekt erotického kapitálu přirovnává k emoční práci, kterou definovala Arlie Hochschild. (2003) Koncept emoční práce Hochschild využívá pro označení procesu, ve kterém je od zaměstnanců očekáváno, že přizpůsobí své emoce pravidlům nastaveným zaměstnavateli. (2003)

Čtvrtou částí je temperament. Ten je kombinací fyzické kondice, sociální energie a smyslu pro humor. Dalším dílem je sociální prezentace, která se týká toho, jak jedinec dává najevo svůj sociální status okolí skrze oblékání, líčení či účes. Šestý element Hakim nazývá samotnou sexualitou. Jedná se o kombinaci tzv. sexuální dovednosti, energie, erotické imaginace a od ostatních elementů erotického kapitálu se odlišuje tím, že se uplatňuje pouze v intimních vztazích, nikoliv veřejných. Tento výčet je ještě doplněn o poslední dodatečný aspekt, kterým je plodnost. (Hakim, 2010)

Erotický kapitál je dle Hakim vyjednávaný v různých sociálních polích, a to jak mezi partnery, tak na trhu práce, kde se stává součástí některých profesí. (Hakim, 2010) Modelingový průmysl je odvětví, kde je erotický kapitál velmi oceňovaný a je proto velmi významný pro výši kapitálu symbolického. Z tohoto důvodu jsem se rozhodla podpořit můj teoretický rámec právě také o koncept erotického kapitálu. Díky tomu jsem byla schopna

lépe porozumět tomu, co a proč je v pozorovaném poli oceňováno a jaký to má vliv na jednání akterek.

2.3. Zacházení s tělem v antropologii

Ondřej Kaščák a Zuzana Obertová (2012) se ve své přehledové studii věnují tomu, jak bylo tělo zvažováno v tradicích zkoumání sociokulturní antropologie. Už Marcel Mauss ve 30. letech 20. století ve své přednášce „Techniky těla“ postuloval tělo jako specifický předmět antropologického zkoumání. Techniky těla chápe jako kulturně a sociálně podmíněné způsoby, jakými lidé ve společnosti podle tradice používají svá těla. (Kaščák, Obertová 2012) Osvojování daných technik probíhá také v závislosti od institucionální příslušnosti člověka. (Kaščák, Obertová 2012)

Koncept tělesnosti rozebírá dále Mary Douglas, která poukazuje na fakt, že tělo je jednak výrazovým prostředkem kultury a zároveň je i samotná individuální zkušenost s tělem kulturně determinovaná. (Kaščák, Obertová 2012) Dalšími podstatnými autory jsou Pierre Bourdieu či Michel Foucault, kteří zkoumají také oblasti jako je disciplinace těla či sexualita. O tělu uvažují jako o sociálně a kulturně utvářeném. (Kaščák, Obertová 2012)

Ve většinové postmoderní společnosti je ovšem tělo vnímáno jinak. Jak jsem již zmínila v úvodu práce, častokrát bývá na tělo nahlíženo jako na symbol krásy. Tento symbol a představu ideálního těla ale uměle vytváří zpravidla populární média a je pro většinu žen nedosažitelným cílem. (Frederick, 2015)

2.4. Moc a normy podle Michela Foucaulta

Kromě Teorie jednání (Bourdieu, 1998) využívám jako stěžejní také knihu Dohlížet a trestat (Foucault, 2000). Autor v textu zkoumal prostředí a dobu velmi odlišné od těch na něž jeho dílo aplikuji. Přesto jsem se rozhodla využít dílo pro jeho popis principů disciplíny a moci, které autor sledoval. Současně je pro mě klíčové také Foucaultovo pojetí diskurzu.

Ve své knize se Michel Foucault věnuje nejprve moci disciplinární. Úspěch disciplinární moci se odvíjí od použití jednoduchých nástrojů, kterými jsou hierarchický pohled a normalizující sankce. Tato moc se projevuje ve své neviditelnosti a ti, na které působí, jsou naopak v maximální viditelnosti, což umožňuje působení moci, která je nad nimi vykonávána.

Disciplínu definuje jako techniku, která působí především na tělo a cílem je vytvořit tělo poslušné, které může být využito, podřízeno a zdokonaleno. Disciplína „vyrabí“ jedince a disciplinární moc je taková, v níž jsou jedinci považováni současně za předměty i nástroje. (Foucault, 2000)

Disciplíny jsou základním kamenem pro moc normy. Normalizující moc nutí k homogenitě, ale současně individualizuje tím, že umožňuje měřit odchylky a determinovat úrovně. (Foucault, 2000)

Normalizující dohled umožňuje klasifikovat a třídit a následně manifestuje podřízení těch, kteří jsou bráni jako objekty a objektivaci těch, kteří jsou podřízeni. Techniku, skrze kterou jsou subjekty zachycovány do mechanismu objektivace, nazývá M. Foucault pojmem „zkouška“. (Foucault, 2000, s. 262) Tento ceremoniál objektivace připojuje k určitému typu formování vědění také praktikování moci a je kombinací dvou již zmíněných základních nástrojů disciplinární moci, kterými je hierarchický dohled a normalizační sankce. (Foucault, 2000)

Zatímco Teorie jednání (Bourdieu, 1998) mi umožňuje uchopit subjektivní jednání, praxi a aktérství, Foucaultovo dílo využívám pro interpretaci diskurzu. Teorie mi umožňuje v datech mého výzkumu charakterizovat diskurz, který v pozorovaném poli vymezuje to, co je správné a určuje ve svém rámci, co je možné a co dává smysl. Jak jsem uvedla v předchozí kapitole, v sociálním poli modelingové agentury se aktérky řídí určitými normami a jak normy, tak jednání aktérek se odehrávají právě ve vztahu k diskurzu. Normy a tedy diskurz, kterým se snažím porozumět a které současně lze považovat za formu habitu, jsou internalizovány do těl modelek během habitualizace. Na modelky pak působí zákazy, omezení a povinnosti a dívky se tak stávají objektem.

2.5. Orientalismus

Ve specifickém diskurzu modelingového průmyslu jsem pozorovala také rysy uvažování typického pro orientalismus. Ve své knize E.W. Said definuje orientalismus jako druh diskurzu s vlastními institucemi a současně jako druh myšlení založený na vztahu mezi „Orientem“ a „Okcidentem“. (Said, 2008, s. 12) Přičemž Orient je označením pro východ a Okcident pro západ. Smyslem orientalismu není „pravdivé“ nebo „objektivní“ poznání života v Orientu, ale konstrukce mýtů a stereotypů o tomto životě, které měly ukázat odlišnost od života na Západě. (Said, 2008) Orient byl tak konstruován jako prostředek,

pomocí kterého se evropská kultura vymezila vůči oblasti následně nazvanou Orient a získala tímto procesem sílu a identitu. Orient byl do jisté míry romantizován, což prohlubovalo propast mezi Východem a Západem a současně vytvářelo zkreslenou stereotypizovanou představu o východní kultuře. (Said, 2008)

Uvažování Edwarda W. Saida mi při analýze dat umožnilo lépe uchopit diskurz, který v pozorovaném poli panuje. Zatímco Foucaultovo pojetí diskurzu využívám k porozumění dominantních norem pole, Saidův koncept orientalismu mi posloužil pro práci s jinakostí a individualismem. Saidovu teorii jsem tedy použila jako nástroj k porozumění způsobu, jakým se exotizací utváří jedna z konkrétních modelingových kategorií, do které jsou zařazeny modelky, které právě evropský původ nemají a vymezí se tak od prvotně stanovené normy.

3. Metodologie výzkumu

3.1. Výzkumná strategie

Pro svůj výzkum jsem volila kvalitativní výzkumnou strategii. Tato strategie umožňuje flexibilitu, díky které jsem v průběhu pozorování mohla proměňovat a zacelovat výzkumnou otázku s postupným poznáním terénu a postupné tvorbě dat. Zároveň umožňuje získat pohled aktérek a jejich porozumění zkoumanému fenoménu.

Jako hlavní metodologii mého výzkumu jsem zvolila etnografii. Cílem etnografie je porozumět jednání aktérů a sociálním strukturám, v nichž se dané jednání uskutečňuje. Dalším cílem je porozumět tomu, jak daní aktéři rozumějí tomu, co dělají. (Novotná, 2019a) Při této strategii je tedy zásadní samotný popis pozorované reality a následná interpretace získaných dat. Při pozorování je potřeba snaha neopomenout kontext, ve kterém se daný jev odehrává a který jej může ovlivňovat. Pro správné porozumění sledovaných jevů je třeba zohlednit veškeré souvislosti, které v dané sociální realitě lze sledovat.

3.2. Prostředí výzkumu a zkoumaného vzorku

V kvalitativním výzkumu je nutné sledovat výzkumný problém v tzv. přirozeném prostředí, tedy tam, kde se „děje“. Výzkumníci tak sledují a zachycují zkoumaný problém tak, jak vyvstává v každodenní sociální realitě. (Novotná, 2019b) Cílem mého výzkumu byla analýza jevů, které se vyskytují v prostředí modelingové agentury, jakožto místa, kde se

institucionalizují normy krásy a kde jsou tyto normy komunikovány modelkám. Klíčové pro mne proto bylo, dostat se do tohoto poměrně uzavřeného prostoru. Mou prvotní strategií bylo napsat jednotlivým pražským agenturám s nabídkou neplacené stáže výměnou za možnost realizace pozorování. Ačkoliv jsem dostala několik kladných odpovědí, první pokus nebyl úspěšný. V několika případech mi byla nabídnuta stáž příliš externí jako například správa sociálních sítí či hledání nových modelek ve veřejných prostorech (tzv. scoutování).

Po několika dalších neúspěšných pokusech navázání spolupráce s některou z modelingových agentur jsem konečně našla tu pravou. Majitelka agentury měla v mém výzkumu roli tzv. gatekeepera, tedy aktérky, která má moc výzkum povolit či naopak nepovolit. (Novotná, 2019b) Vyšla mi ve všem maximálně vstříc a umožnila tak dobré prostředí pro můj výzkum. To, jak náročné bylo dostat se do tohoto prostředí, značí o jeho nepřístupném a exkluzivním charakteru.

Podmínky stáže byly poměrně nenáročné. Do agentury jsem chodila jednou až dvakrát týdně na čtyři až pět hodin a pomáhala s administrativními záležitostmi jako scanování smluv a podobně. Výzkum jsem v agentuře prováděla po dobu dvou měsíců od 4.3. 2022 až do 4.5. 2022.

Tvorba výzkumného vzorku probíhala souběžně s tvorbou dat, jejich analýzou a interpretací. Vzorek je jasně vázaný na prostředí, kde je výzkum uskutečněn. (Novotná, 2019b)

Agentura, v níž jsem výzkum prováděla, byla jedna z menších. Tým se skládal z majitelky a jedné zaměstnankyně tzv. bookerky. Agentura zastupuje přibližně 60 dívek, ne všechny se však modelingu věnovaly aktivně. Některé byly příliš zaneprázdněné školou, moc mladé či zatím nesplňovaly potřebné parametry jako míry či schopnost pózovat, a tak na ně agentura „čekala“ a nepracovala s nimi tolik jako s jinými. Dívky byly selektovány do určitých kategorií, které nastíním v následujících kapitolách. Na základě těchto kategorií byly dívky přiřazovány k nabídkám zakázek, které agentuře byly zasílány v průběhu pracovního týdne. Frekvence nabídek byla nepravidelná, průměrně odhaduji 2-3 za den.

Komunikace mezi agenturou a modelkami byla také nepravidelná. Ovlivňovalo ji mnoho faktorů, mezi které můžeme zařadit právě frekvenci nabídek, se kterými byly modelky oslovovány či potřeba obnovovat modelce portfolio a materiály, kterými byla

reprezentována. V případě, že modelka byla nezletilá, byl do komunikace zahrnut také minimálně jeden z jejích rodičů.

Vztah mezi agenturou a modelkami a eventuelně jejich rodiči byl velmi přátelský, přestože se jednalo o primárně vztah pracovní. Takový dojem jsem získala na základě pozorování komunikace mezi jednotlivými aktérkami a kromě toho například i ze vzájemného oslovování zdobnělinami či přezdívkami.

3.3. Metody tvorby dat

Etnografický výzkum, jakožto epistemologicko-metodologický přístup, je založen na dlouhodobém zúčastněném pozorování jako primární technice tvorby dat. Zúčastněné pozorování je specifické tím, že sám výzkumník se během něj aktivně účastní dění v pozorovaných situacích. (Heřmanský, 2019)

Během záznamu zúčastněného pozorování vzniká reprezentace dané sociální reality, která má za úkol rekonstruovat dění v terénu. Tento záznam vzniká za pomoci tzv. heslovitých poznámek v kombinaci s terénním deníkem, který má charakter delšího textu, jež obsahuje výzkumníkovu reflexi zkušenosti z výzkumu a pobytu v terénu. (Heřmanský, 2019) Během mého působení v agentuře jsem si tedy zapisovala heslovité poznámky, které jsem následně po příchodu domů přepsala do delšího korpusu textu do mého terénního deníku. V terénu se mi osvědčilo psaní krátkých hesel do poznámek v mobilu, který nezbuzoval tolik pozornosti, jako kdybych používala sešit. Přepis poznámek obsahoval navíc právě nezbytný kontext, za kterého jsem dané jevy zaznamenala.

Vzhledem k tomu, že je terénní výzkum velmi dynamický a neustále se vyvíjí, měnila se i má strategie psaní terénního deníku. Osvědčila se mi tzv. metoda trychtýře podle Jamese P. Spradleyho. Principem je neustálé zužování záběru pozorování a postupné soustředování pozornosti na situace témata a problémy, které identifikujeme jako stěžejní pro zodpovězení výzkumného problému. Sestává ze tří fází. První fází je popisné pozorování, to se následně zúží na zaměřené pozorování a poslední fází je pozorování výběrové. (Heřmanský, 2019)

Nejprve jsem se tedy snažila zachytit terén co nejdůkladněji a neopomenout nic, co by mi později mohlo přijít podstatné. S důkladným popsáním terénu jsem ale zpočátku trochu bojovala. Bránila mi v tom má pozice insidera. Neustále jsem při zapisování terénních poznámek musela brát v úvahu, že ty souvislosti a jevy, které mne jakožto insiderovi jsou známé a jasné, mohou být klíčové pro následnou práci s poznámkami a je třeba je také

zaznamenat. V průběhu výzkumu jsem ale již dokázala specifikovat výzkumný problém a výzkumné otázky. To mi pomohlo při následné selekci dat, která jsou pro výzkum relevantní hodna zaznamenání.

Kromě samotného zúčastněného pozorování v agentuře jsem také využila online etnografie. Jedná se o etnografickou metodu, při které je pozorováno jednání aktérů, které se odehrává v prostředí internetu. (Heřmanský, 2019) Využila jsem sociálních médií agentury, v níž mi byla umožněna stáž. Konkrétně jsem pozorovala instagramový účet agentury. Sledovala jsem nejen, jak sama agentura prezentuje zastupované modelky, ale také účty samotných modelek. Kromě toho že, jak jsem následně zjistila, tato prezentace v online prostředí hraje velkou roli, tak mi to také dávalo mnoho podnětů pro dotazy mířené na zaměstnankyně agentury offline během stáže či pracovního oběda.

Nedílnou součástí zúčastněného pozorování jsou také neformální rozhovory. Takové typy rozhovorů jsem vedla s modelkami během jejich návštěvy v agentuře či s majitelkou a bookerkou během práce.

V neposlední řadě jsem výzkum doplnila také o dva polostrukturované rozhovory, které jsem uskutečnila s vybranými modelkami zastupovanými agenturou. Modelky jsem vybrala na základě předchozích setkání s nimi během jejich návštěvy v agentuře, zatímco jsem prováděla zúčastněné pozorování. Při přípravě struktur rozhovorů jsem vycházela z předchozího setkání s dívkami či z toho, co jsem zaznamenala na jejich sociálních sítích nebo probírala s majitelkou nebo zaměstnankyní agentury. Témata se týkala začátků s modelingem, výrazných zkušeností během modelingových zakázek a spolupráce jak s českou, tak se zahraničními agenturami. Dále jsem se doptávala na to, jakým způsobem modeling ovlivňuje jejich soukromý život s ohledem na sociální i profesní sféru a také na životní styl.

Polostrukturované rozhovory jsem prováděla mimo prostředí agentury v kavárnách, kde modelky měly možnost být o něco uvolněnější a bylo více času a prostoru, aby mohly vyjádřit svůj postoj a to, jak vnímají svou pozici v tomto sociálním poli a normy, kterým musí vyhovět. Vždy jsem se snažila, aby samotný rozhovor nebyl pro dotazované dívky nepříjemný a cítily se komfortně, obzvláště pak v případě, kdy rozhovor probíhal s mladými modelkami, u kterých jsem zaznamenala velkou nervozitu. Rozhovory jsem po jejich svolení nahrávala a následně zpracovala a využila z něj části relevantní vzhledem k mým výzkumným otázkám.

3.4. Výzkumný problém a výzkumné otázky

Výzkumné otázky:

- Jaká je povaha habitu modelky?

Specifické výzkumné otázky:

- Jakou mají podobu normy modelingového pole a jakým způsobem se upevňují?
- Jak si modelky osvojují existující normy?

3.5. Reflexe výzkumu

3.5.1. Pozice výzkumníka

Během etnografického výzkumu se problémy snažíme nahlížet z aktérského hlediska. Přesto výzkumník ale při zúčastněném pozorování vytváří subjektivní reprezentaci sociální reality, a proto je nezbytné reflektovat situovanost výzkumníka. (Heřmanský, 2019) Mou výzkumnou pozici vzhledem k terénu lze označit jako pozici tzv. insidera tedy „našince“. Tato pozice s sebou nese jisté výhody, ale i nevýhody, které jsem již nastínila v předchozí části textu.

Výhodami může být základní znalost „svého“ terénu. To se ale pojí také právě s nevýhodou toho, že mnoho věcí může výzkumníkovi v této pozici přijít natolik běžných a samozřejmých, že jim nevěnují pozornost. Trpí tzv. slepotou v domácím prostředí. (Heřmanský, 2019) To jsem zpozorovala i během mého vlastního výzkumu. Vzhledem k tomu, že jsem se sama v prostředí modelingu pohybovala mnoho let, během mého působení v agentuře jsem rozuměla většině kontextu a významům toho, co jsem viděla. Zkušeností i vědomostí insidera jsem využila při samotném pozorování tak i při následné práci s daty. Nicméně jsem i já začala sama u sebe pozorovat, že kvůli tomu spoustu podstatných maličkostí přehlížím. Například způsob pózování modelek je pro mne už tak běžná věc, že jsem jí zpočátku nevěnovala příliš pozornosti. Ukázalo se, že ale právě tyto detaily jsou to podstatné pro zodpovězení mých výzkumných otázek.

Dalším příkladem může být přístup do terénu. Ačkoliv mám, díky mé insiderské pozici, mnoho kontaktů, které jsem při hledání stáže využívala, byla má modelingová kariéra

překážkou například v momentě, kdy mi byla nabídnuta stáž jinou agenturou s podmínkou, že rozvážu smlouvu s agenturou, která mne zastupuje jako modelku. Nicméně naopak fakt, že jsem agentury oslovovala s žádostí o stáž zdarma a nežádala finanční odměnu, můj vstup do terénu významně ulehčil.

Má pozice byla ale specifická. Považuji se za insidera v tomto sociálním poli modelingu. Určitě jím ale nejsem v této konkrétní agentuře, kde jsem uskutečnila výzkum. Podstatné pro mne bylo získat odstup alespoň částečně, a proto jsem volila stáž v jiné agentuře než v té, která mne zastupuje jako modelku.

3.5.2. Hodnocení kvality výzkumu

Aby byla zajištěna, co nevyšší kvalita výzkumu, je nutné během něj neustále reflektovat kontext, v jakém byla výzkumná data vytvořena. Je třeba zohledňovat několik rovin reflexivity. Subjektivní reflexivita se týká samotného výzkumníka, který si musí připustit, že výsledky výzkumu jsou nutně ovlivněny jeho individualitou. Každý výzkumník zaujímá v terénu nějaké role a vytváří vazby a ty mohou být ovlivněny různými faktory. V důsledku specifické role výzkumníka v terénu nejsou vytvořená data věrnou kopií zkoumané sociální reality, nýbrž pouze její dílčí situovanou reprezentací. Vzhledem k tomu, že reprezentaci vytváří výzkumník, jedná se nutně o subjektivní interpretaci zkoumané reality. (Novotná, 2019a) Během vytváření dat jsem dbala na to, abych se co nejvíce vyhnula hodnotícím postojům a výzkumný problém popsala bez zaujetí. Svou situovanost jsem si ujasnila prostřednictvím tzv. positioningu, který jsem nastínila již v předchozí části textu. Má role a vazby v terénu byly ovlivněny fixními pozicemi, kterými jsou gender a věk. Druhou rovinou je pozice subjektivní, která se vztahuje na dosavadní život výzkumníka. V mém případě se jednalo zejména o mou pozici insidera v modelingovém prostředí. Uvedené faktory mi působení v terénu usnadnily, ale jistě tak ovlivnily získaná data. Aktérkám jsem byla bližší díky mé modelingové minulosti, věku i genderu, neboť jsem se pohybovala výhradně mezi ženami. Snáze jsem se tak mohla aktérkám přiblížit a usnadnilo mi to výzkum během zúčastněného pozorování i při vedení polostrukturovaných rozhovorů.

Vedle subjektivní reflexivity je třeba zvažovat také epistemologickou reflexivitu. Ta se týká vědeckých nástrojů, které v procesu výzkumu využíváme. Konkrétně tedy vybrané techniky konstrukce vzorku, tvorby a analýzy dat a jak se je daří uskutečňovat společně s neustálým promýšlením teoreticko-metodologického předporozumění. (Novotná, 2019a)

Princip reflexivity tedy spočívá v neustálém zvažování procesu výzkumu. Reflexe procesu výzkumu je nezbytná pro transparentní prezentaci výsledku kvalitativního výzkumu, což je bylo mým cílem.

3.5.3. Etika výzkumu

Po celou dobu mého působení v terénu i následném zpracování dat jsem dbala na dodržování zásad výzkumné etiky. Zohledňovala jsem pravidla jak procedurální etiky, která vytyčuje základní a obecně platné principy výzkumu ztělesněné etickými kodexy a etickými komisemi, tak mikroetiky, která je vyjednávána během drobných rozhodnutí výzkumu. (Zandlová, 2019)

Jak jsem již uvedla výše v textu, výzkum probíhal v poměrně uzavřeném prostředí. Proto jsem na začátku i v průběhu pozorování aktérky ujistila o následné anonymizaci. Vše s úmyslem získání důvěry a primárně proto, abych nepoškodila zkoumaný terén ani aktérky, kteří se v něm pohybují. Vstupu do terénu předcházelo vyjednání podmínek s majitelkou agentury současně s obeznámením o podstatě výzkumu, který v agentuře bude v následujících měsících probíhat.

Kromě majitelky jsem se záměrem mého působení v agentuře obeznámila také bookerku pracující v kanceláři a všechny modelky, které po dobu mé stáže agenturu navštívily.

Během realizace polostrukturovaných rozhovorů jsem informátorkám také osvětlila záměr mé práce a rozhovor začala až v momentě, kdy jsem získala jejich informovaný souhlas. Po celou dobu jsem informovaný souhlas řešila pouze ústní formou.

Následná anonymizace dat byla plánem již od počátku. Kromě toho, že by mi výzkum nebyl umožněn v takové míře, nejsou anonymizovaná data pro práci zásadní. Kromě toho se výzkum týká velmi citlivého tématu těla a anonymizace proběhla tedy i s ohledem na neublížení aktérkám, které byly účastny výzkumu. Anonymizován byl název samotné agentury, v níž byl výzkum uskutečněn. Dále také všechny aktérky počínaje zaměstnankyněmi agentury až po modelky. Při anonymizaci jmen akterek bylo ale mým cílem zachovat charakter oslovování v agentuře pomocí zdrobnělin. Pracovní klienty tedy názvy módních značek či návrhářů a návrhářek jsem anonymizovala tak, aby čtenář měl i tak představu o velikosti značky. Tento způsob anonymizace jsem učinila zaměněním názvu značky za jinou stejné velikosti a charakteru. V neposlední řadě jsem si dávala pozor

na dodržení publikační etiky. (Zandlová, 2019) Veškerou použitou literaturu jsem tedy citovala a na původní zdroje odkazovala.

4. Empirická část

V sociálním poli modelingové agentury existují konkrétní normy týkající se vzhledu a schopností těla. Normy jsou internalizovány modelkami a ovlivňují charakter habitu modelek. V následující části za pomoci ilustrujících úryvků mého terénního deníku a rozhovorů společně s jejich následnou interpretací popíši existující normy a momenty, kdy na modelky působí a ovlivňují tak způsob, jakým jednají - tedy jejich habitus. Kromě toho se také budu zabývat odchylkami od norem, které se v tomto poli objevují. Popíši, jak podobu těchto odchylek, tak podmínky, za kterých jsou akceptovány nebo dokonce oceňovány. Do jaké míry mají být tedy modelky univerzální a vyhovovat diskurzu správného těla modelky a kdy je oceňována jejich partikulárnost? V poslední části se v návaznosti na předešlá dvě témata budu věnovat momentu, kdy jsou modelky považovány autoritami pole, kterými jsou majitelé agentur či pracovní klienti, za *hotové modelky*.¹

4.1. Plus size, petite, baby skin - Fyzický vzhled modelky

Když mi bylo asi tak 12, viděla televizní show a tam byla nějaká modelka a mně se strašně líbila a já si řekla, že chci být jako ona. Tak jsem našla na internetu takový workshopy a učili nás tam chodit². Bylo to docela k ničemu.

(rozhovor s Pétou)

Pětě je aktuálně 16 let a je jednou z modelek, které zastupuje modelingová agentura. V agentuře je necelý rok, a proto je zařazena do kategorie *new face*³. Má původ v Bangladéši, proto se vzhledem odlišuje od většiny modelek, které mají evropský původ. Je vysoká 174 cm a i přesto je zařazena do kategorie *klasické modelky*⁴, kde by měla splňovat výšku minimálně 176 cm.

Myslím si, že ideální modelka má fakt třeba 180 cm, fakt nějaký vyhublý holky..nebo ne úplně vyhublý..jako hodně hubený, ale ne úplně anorektičky. Dřív jsem měla představu, že to jsou takový ty, co mají fakt velký prsa a zadek. A jsou takový vyplastikovaný. Ale pak když jsem se o to začala víc zajímat, tak jsou to všude takový ty přirozenější holky..takže vlastně pravej

¹ Analytický termín

² Chodit na podpatcích, což je jedna ze zásadních dovedností, které musí modelka ovládat.

³ Kategorie, do které jsou dívky bez modelingových zkušeností zařazeny po vstupu do agentury.

⁴ Analytický termín, který definuje nejrozsáhlejší kategorii modelek. Od této kategorie se vymezují kategorie ostatní.

opak. Já ale nezapadám ani do jednoho. Nemám velký prsa ani zadek, takže nejsem ta umělá holka a zas ta přirozená krása..no já si dávám řasy, takže nevím, jestli se tam můžu brát, chápeš? Ale řasy si na snapy⁵ nedávám. Ale nerada chodím bez makeupu..to mi fakt vadí. Jako třeba na těch snapech, jak jsme se viděly, katastrofa..já vypadala úplně šíleně. Kruhy pod očima, přišla jsem vynervovaná ze školy, bez toho makeupu...

(rozhovor s Pétou)

Tyto dvě citace ilustrují, jak se proměňovala imaginace Péti o tom, jak by měla správná modelka vypadat a co vše by měla splňovat. První představu vizuality modelky získala ve 12 letech během sledování televizní show. Během několika let, kdy se začala pohybovat v sociálním poli modelingového průmyslu, se její představa změnila a konkretizovaly se normy specifické pro diskurz tohoto pole. Nejmenší detaily těchto norem, zjišťuje během toho, co na ni působí a Pěťa si je tak internalizuje. Její představa o *ideální modelce*⁶ už neobsahuje pouze to, že má být *hezká*⁷, ale už se týká i toho, jak je vysoká, jak je *hubená*⁸ nebo jak *přirozeně*⁹ vypadá.

Diskurz, který rámuje prostředí modelingu, přesahuje daleko za hranice modelingového světa, a tak se do povědomí dětí a dospívajících, kteří ještě nejsou modelkami nebo modely, dostává skrze sociální sítě, tištěná média či televizní pořady. Dívky mají proto často jistou představu o tom, jak by měla taková modelka vypadat, ještě před tím, než vůbec začnou s agenturou spolupracovat. Objektivace proto probíhala už tehdy, když se Pěťa porovnávala s *hezkou* modelkou v talkshow a chtěla být jako ona. Jakmile dívky spoluprací s agenturou navážou, jsou ze strany agentury modelkám komunikované konkrétní požadavky na jejich fyzický vzhled a tím je tato představa o *ideální modelce* dotvářena. Norma krásy tohoto diskurzu, která se dostala k dívkám již díky vlivu médií, je nyní jasně

5 Snapy jsou fotky, které modelce fotí agentura do jejího portfolio. Tyto fotky jsou specifické tím, že se téměř neretušují a po modelce se požaduje, aby na nich neměla ideálně žádný make-up. Retušují se pouze modřiny nebo viditelný pupínek, které brzy zmizí a není třeba je na fotkách nechávat. V případě trvalých jizev či piercingů nebo tetování není retušování žádoucí. Annie: "Výběr snapů provádí Klári. Vybere tak 9 fotek. Vždy mi vyčítá, že fotím moc portrétů a málo postav." Mezi 9 vybraných fotek patří fotky portrétové, oba profily modelky, fotka do pasu a celá postava v oblečení i v plavkách.

(terénní deník 14.3.)

6 Aktérský pojem -V textu užívám mnoho aktérských pojmů, které označuji kurzivou, pro lepší rozlišení. Během výzkumu označené pojmy slouží jako analytické a malá část z nich jsou pojmy, které jsem sama vytvořila pro vhodné popsání. Vše je uvedeno v poznámkách pod čarou.

7 Aktérský pojem

8 Aktérský pojem

9 Aktérský pojem

vymezena přesnými parametry a společně s tím je často dívkám i komunikováno, jak jich mají dosáhnout. Moc proto nefunguje represivně, ale modelky na ní participují svou sebedisciplinací. V následujících odstavcích nastíním, jak tato norma vypadá a jakými způsoby je modelkám agenturou komunikována. Současně poukáži na odlišnosti od normy. V jakých případech jsou oceňovány a kdy naopak ne?

Do agentury přichází Pavla, kterou majitelka agentury Klára pozvala na casting. Klára si Pavlu chce během tohoto castingu prohlédnout osobně, přeměřit její míry, vyfotit snapy v oblečení a v plavkách a natočit video chůze. Na základě tohoto setkání se Klára rozhodne, zda budou Pavlu zastupovat jako modelku. Pavla má výšku kolem 172 cm. Klára jí chce zařadit do kategorie plussize, kde je třeba, aby modelka měla minimálně 102 cm přes boky. Není si jistá ale, jestli má „centimetry na správných místech“. Po krátkém rozhovoru s Klára se Pavla odchází převléknout do plavek a přezout do podpatků. Když přijde, Klára bere do ruky krejčovský metr a jde Pavlu přeměřit. Ještě než s měřením začne už říká „narovnat, zastrčit břicho.“ Měří. “102 cm hurá!“ raduje se Klára. Pavla je z Klářiny radosti trochu zmatená, ale hned jí je vysvětleno, že právě 102 cm je minimální hranice pro to, aby mohla být reprezentována v rámci plussize divize. “ Tak já si dojdu do mekáče, abych měla ještě nějaký centáky navíc.“ vtipkuje Pavla.

(terénní deník 11.3.)

Předtím, než vůbec modelka podepíše s agenturou smlouvu, je zařazena do kategorie, do které se nejvíce dle uvážení agentury hodí. Toto zařazení probíhá na základě modelčiny výšky a tělesné konstituce tedy mír, které ji při prvním setkání s majitelkou agentury naměří. Zařazení do kategorie je velmi důležité, neboť pro každou kategorii jsou požadavky na fyzický vzhled odlišné a podle toho jsou následně komunikovány modelce, neboť ačkoliv je modelka zařazena do kategorie na základě svých současných mír a vzhledu, ne vždy se shodují s konkrétními kritérii pro danou kategorii.

Jak uvádí Foucault, normalizující dohled umožňuje klasifikovat a třídit. (Foucault, 2000) Právě to probíhá také v poli modelingové agentury během třídění modelek do specifických kategorií. Kategorie mají jasně dané požadavky, které musí dívka splňovat, aby do této kategorie byla zařazena.

Požadavky a odchylky od nich mohou být kvantifikovatelné, pokud jde například o požadavky na modelčiny míry. Odlišují se určené míry v kategorii *klasické modelky a plus*

*size*¹⁰ modelky. Jedná se o míry obvodu prsou, který se měří v nejširším místě hrudníku, dále obvodu pasu, což je v místě mezi posledním žebrem a kyčelní kostí, kde je postava nejužší a obvodu boků, což je naopak místo nejširší a nachází se u kyčelních kloubů. *Klasická modelka* by v oblasti boků měla mít kolem 90 cm, zatímco *plus size* musí mít obvod boků minimálně 102 cm. V neposlední řadě se měří také modelčina výška, která je pro klasickou modelku dána rozmezím 173-180 cm a pro kategorii *petite*¹¹ jsou hranice nastaveny mezi 165-172 cm. Určené míry na centimetry přesné a akceptují se odchylky pouze několik centimetrů. Obvykle je akceptována odchylka v rozmezí 2-5 centimetrů. Tyto míry jsou pravidelně agenturou kontrolovány během měření.

Bookerka Annie sahá po metru a chystá se modelku Niki přeměřit. Niki je 22 let a je v agentuře 2 roky. Je uvedena v kategorii petite, neboť měří 166 cm. V oblasti boků by dle kategorie petite měla splňovat maximum 90-92 cm. Jakmile Annie Niki obmotá krejčovský metr kolem pasu a následně boků, Niki strne. Přestane mluvit a skoro ani nedýchá, aby si náhodou nepřidala centimetry. „Kolik mám?“ ptá se Niki. Odpověď jí vezme úsměv z tváře. „100...teda..101“ říká Annie. To znamená, že od návštěvy v Paříži Niki ještě přibrála. „Ted jsem byla trochu ve stresu a hodně jsem jedla. Ale do léta chci shodit aspoň na těch 95. Míň asi ne..“ říká Niki. „Nic se neděje...s tvým obličejem ty míry nevadí.“ uklidňuje ji Annie.

(terénní deník 4.3)

Niki pochází z Vietnamu a její vzhled je díky jejím asijským rysům odlišný od dívek s evropským původem. Odlišnost je v tomto případě výhodou, neboť etnicita odlišná od evropské je v daném poli oceňována.

Když později s Niki provádím rozhovor, vypráví mi, jak probíhá aktualizace měření a focení *snapů*.

Myslím si, že takový nepsaný pravidlo je, že na přeměření a vyfocení snapů má modelka přijít jednou za tři měsíce. Vím, že tak by si to Klári nějak přála. Ale v podstatě kdykoliv my ji můžeme napsat. Já jsem tam třeba minule přišla až po 6 měsících přibližně. Většinou se jim člověk musí připomenout sám. Většinou napíší nějakou hromadnou zprávu, kde jsou ty informace a lidi se jim pak sami ozvou. Já chodím radši po těch třech. To je lepší. (rozhovor s Niki)

¹⁰ Termín označující kategorii, do které spadají modelky s mírami většími než klasické modelky, proto se v názvu objevuje termín „plus“

¹¹ Termín, označující kategorii modelek, které mají nižší výšku než klasické modelky

Modelky chodí přibližně jednou za tři měsíce do agentury, aby jim byly míry přeměřeny a případně aktualizovány. Měření se ujímá zpravidla Annie, která míry pasu a boků následně modelkám oznámí. Pokud je na krejčovském metru naměřeno větší číslo, než je akceptovatelné pro danou kategorii, bookerka na to modelku upozorní. Někdy Annie s Klárou přivřou oči a uznají větší odchylky od určených mír, a to díky jinému aspektu fyzického vzhledu modelky, který to určitým způsobem kompenzuje. Kompenzovat to může právě buď etnický původ či jinak specifický vzhled jako například barva vlasů, rysy v obličeji apod.

Divím se, že se svýma mírama jsem tohle schopná dělat. Ted' jsem měla dobrej job pro Pradu. To mi fakt udělalo radost. Kvůli tomu, že nejsem v těch měřítkách, tak jsem pochybovala, jestli patřím do toho modelingu a tahle práce mi odškrtnla to, že je to v pořádku. Když se ohlídnou zpět tak fakt si říkám, že ta malá puberťačka, která se cejtila malá nebo ošklivá nebo že má ošklivej nos...tak to je takový, že jsem díky tomu taková šťastnější.

(rozhovor s Niki)

Někdy se stává, že komunikované požadavky modelky nesplňují a dle slov Niki nejsou v měřítkách. V uvedeném případě, nedostatky¹² v oblasti mír vykompenzoval právě etnický původ a lze to definovat jako druh exotizace. (Said, 2008) Exotizace jistým způsobem Niki zvyšuje erotický kapitál, který lze specifikovat jako první element, který Hakim nazývá statickou krásou. (Hakim, 2010) Výsledkem je upevnění symbolického kapitálu Niki a spolu s ním i její pozice v poli.

Právě moment měření považuji za techniku, která má charakter zkoušky (Foucault, 2000, s. 262), jež jsem definovala v předchozí části této práce. Během měření jsou modelky, jakožto subjekty, zachycovány do mechanismu objektivace a následně podřízeny disciplinární moci skrze hierarchický dohled ze strany agentury v kombinaci s normalizačními sankcemi, které se projeví tehdy, když modelky mírám nevyhovují a nejsou následně kvůli tomu například nabídnuty na určité zakázky.

Měření neprovádí pouze *mateřská agentura*¹³, ale této zkoušce jsou modelky podrobeny také při příjezdu do zahraničí, což ilustruje následující citace.

¹² Analytický pojem

¹³ Agentura, se kterou budoucí modelka naváže první spolupráci, když začne její modelingovou kariéru.

Ve francouzský agentuře mi řekli, jak se opovažuju přijít do Paříže s 98 cm přes boky...jsem se fakt strašně pozorovala v zrcadle. Strašně jsem si dávala pozor. Moc jsem nejedla.

(rozhovor s Niki)

Je v zájmu modelek, aby určené míry splňovaly, protože pokud tomu tak není, setkávají se s kritikou buď ze strany zastupující agentury či od pracovního klienta. Současně to může ohrozit jejich pozici v modelingovém poli a mít špatný dopad na jejich kariéru modelky. Kritika totiž nemusí skončit pouze varováním, ale může vyescalovat až v ukončení spolupráce a rozvázání pracovní smlouvy. Proto je na modelky v tomto ohledu vyvíjen velký tlak. Jakmile modelka v tomto ohledu selže, klient si jednoduše najde jinou dívku jako náhradu. Nahrazení dívek v případě jejich *selhání* ve snaze splnit komunikované požadavky lze považovat za formu normalizační sankce, která nastane po neúspěšné zkoušce. (Foucault, 2000) Výsledkem je podpoření sebedisciplinace v modelkách, což ilustrují následující úryvky z rozhovorů.

Nemůžu se úplně upustit.. jíst co chci, nic nedělat, bejt úplně líná..jakože teď třeba říct, že teď na to úplně kašlu, jak vypadám. Vždycky tam v pozadí je to, že člověk musí nějak vypadat a nějak se o sebe starat. Vždycky je v pozadí nějaký ten stres, že se na to nemůžeš úplně vykašlat. A tam mám takovej strach, že jednou se to pokazí a pak už jako nikdy se do toho nevrátím.

(rozhovor s Niki)

Mně vlastně stačí takový ty základy, který si myslím, že jsou takový ty základy asi i do života...nejíst junkfood, nepít limonády. Když mám stresovější období, tak tam jako inklinuju k tomu, že hrozně lehce zaběhnu do toho junkfood¹⁴. To je, proč jsem v tomhle na sebe jako přísnější. Samozřejmě bych si přála, aby to bylo lepší to ne, že ne. Víc cvičení a omezit víc takových mých hříchů jako třeba sladký.

(rozhovor s Niki)

Kromě mír v oblasti pasu a boků je pro některé zakázky podstatný také obvod modelčina hrudníku. To lze pozorovat v následujícím úryvku.

¹⁴ Jídlo hodnocené jako nedravé. Převážně tučné jídlo z rychlých občerstvení.

Klára po telefonu sděluje Annie novou pracovní nabídku, kterou získala. Jedná se o focení plavek pro značku Astratex. Klient si vybral pár modelek, které agentura zastupuje, na základě zaslanych portfolio, ale shledává jako nutné, aby předem vybrané dívky viděl osobně. Když k tomu došlo, výslovně odmítnul jednu z modelek, protože „má moc malá prsa“.

(terénní deník 7.3.)

Zohledňování obvodu hrudníku je ale specifické primárně pro focení spodního prádla či plavek. U takových zakázek jsou tedy požadavky na modelky ještě přísnější a zúžené.

V případě zakázek na módní přehlídky se komunikují požadavky zase trochu jiné.

Klára má velkou radost, že se jí ozvala jedna z designerek, která bude mít na fashionweeku¹⁵ přehlídku. Napsali požadavky 176-180 cm výšku a míry přes boky kolem 90cm. Klára s Annie tedy obepíše všechny modelky, které těmto požadavkům vyhovují a zeptají se, zda mohou dané datum a podle toho pošlou designerce nabídku dívek, které poptávce vyhovují.

(terénní deník 18.3.)

Normy, které v tomto prostředí existují a na základě kterých jsou dívky rozřazovány do kategorií, jsou upevňovány právě v takových momentech, kdy klient přesně specifikuje, o jaké modelky má zájem. Specifikace je uvedena za pomoci přesných požadavků na míry a výšku odpovídající jedné z kategorií. Výše uvedená citace ilustruje příklad komunikovaných norem, které se v tomto případě týkají kategorie *klasické modelky*, která chodí přehlídky. Jedná se o rozměry modelčinych boků a její výšky.

Výška modelky, která není tak snadno ovlivnitelná jako míry. Proto už tzv. „scouting“, tedy prvotní oslovování dívek s nabídkou spolupráce s modelingovou agenturou, probíhá s ohledem na jejich výšku. Výška se řeší zejména při výběru dívek na módní přehlídky a modelka, která je agenturou nabízena na takový typ zakázek by měla splňovat alespoň minimum 176 cm. Toto minimum agentuře udává klient, tedy návrhář, který modelky poptává. Na tom lze pozorovat nerovné postavení aktérů v daném poli.

Právě teď se připravuje fashionweek v Praze a s tím je spojený výběr modelek a modelů. Annie mi ukazuje modelky a modely, které si castingový tým fashionweeku vybral na základě zaslanych portfolio a pozvali je na casting, který proběhne osobně. Celkem vybrali 6 lidí z celkového počtu něco přes 60 modelek a modelů. Annie je ovšem překvapená z toho, že 5/6

¹⁵ Série módních přehlídek, která je jednou z největších módních událostí konaných v Praze

jsou, jak říká, „etnika“. Jedná se o modely a modelky, kteří mají, jak říká Annie, „exotický původ“. Překvapení se týká také faktu, že některé předem vybrané modelky mají jen 174cm, přestože se na přehlídkách upřednostňují modelky od 176cm a více.

(terénní deník 4.3.)

Kromě výše zmíněných aspektů, které jsou hodnoceny při třídění modelek do kategorií, jsou podstatné i jiné elementy fyzického vzhledu. Těmi může být etnický původ. Existuje neoficiální kategorie *etnika*, do které jsou zařazeny modelky na základě svého neevropského původu.

Péťa sedí na gauči v agentuře a povídá o své včerejší zkušenosti na castingu na pražský fashionweek: “Když jsem přišla domu, vybrečela jsem se. Když se mě ptali na výšku, řekla jsem 174m, jak mám napsané v setkartě. Ale když mě pak měřili řekli necelých 170cm...přišla jsem si jak lhář.” Klára ale poukazuje na to, že uvedenou výšku v setkartě jim řekla Péťa sama při vyplňování dotazníku při navázání spolupráce s agenturou. Jdou jí tedy přeměřit a zjišťují, že má 172. Klára:“ Annie přepiš to teda na 173 cm.“ Péťa pokračuje: “Přede mnou byla modelka, která měla pomalu 190! strašně vysoká! A říkala, že má za sebou hrozně přehlídek. No a po ní jsem se měla projít já, která nešla přehlídku ani jednu a je mi jen 16.” Péťa je šestnáctiletá modelka, která má kořeny v Bangladéši a s agenturou spolupracuje pouze několik měsíců, proto nemá mnoho pracovních zkušeností a je vedena v kategorii „new face“.

(terénní deník 11.3.)

Stejně jako v případě mír, určené požadavky na tento parametr mohou být ve výjimečných případech zmírněny. Výjimečným případem může být opět *exotický původ*¹⁶, který v terénu vykompenzoval i když modelka nespĺňovala určené míry v oblasti boků. Z toho důvodu jsou na tyto zakázky agenturou výjimečně nabízeny i dívky menšího vzrůstu, u kterých má agentura dojem, že by mohly zapůsobit svým specifickým vzhledem a bude tak zmírněno kritické hodnocení nedostatečné výšky. V tomto případě se opět jedná o ocenění etnicity, která zvýší modelččin erotický kapitál. (Hakim, 2010; Said, 2008)

Tento pokus agentury se ale ne vždy setká s úspěchem. Současně takový casting je opět místem, kde dochází k objektivaci a přeměrování modelek jako subjektů.

¹⁶ Aktérský termín popisující jiný než evropský původ

Existující norma se zužuje s dalším kritériem, kterým je pleť a pokožka modelky.

Snažím se hodně pečovat o pleť, protože v modelingu má hodně holek jako čistou pleť. Já mám celkem dost akné ..jako teďko ne, protože mám žejzo makeup, ale tady na tvářích je to fakt extrém.

(rozhovor s Pětou)

Modelce Simoně v agentuře natáčí materiál, který pošlou společně s jejími fotkami jako nabídku spolupráce do německé agentury „Teď natočíme beauty video..tam nemusíš ani mluvit... Annie ti natočí jen closeupy¹⁷, ať ke vidět tvoje pěkná pleť a vlasy.“ říká Klára. Simona: “ tak já se jen ještě rychle rozčešu.“ Annie: “ Tak mi pojd' bliž na světlo.“ Simona: “ Tak mi pak řekneš třeba ať se otočím a tak?“ Klára: “ já ti ukážu...a můžeš se lehce pousmát a tak,,a ať je tam fakt hezky vidět ta pleť.“

(terénní deník 8.4.)

Focení snapů a natáčení videa je u konce a modelka Simona se obléká. Přitom ještě pronáší: “ Ty snapy jsou vždy takový, že doufám, že je pak nikdo neuvidí. Jak jsem si nedala ani tu řasenku, jak jsi chtěla Kláři,...Až budete upravovat ty fotky ,tak si asi všimnete křečových žil. Ale půjdu a operaci, tak kdyby si někdo stěžoval, tak na tom pracuju.... A nechceš mě i přeměřit?“ . Modelce Simoně je kolem 26 let a je zařazena do kategorie plus size.

(terénní deník 8.4.)

Důraz je kladen konkrétně na to, aby modelka neměla na pleti *nedokonalosti*¹⁸, za které je považováno akné či například jizvy a aby měla tzv. „*baby skin*¹⁹“, tedy *bezchybnou*²⁰, *kvalitní*²¹ pleť. Na těle jsou pak nežádoucí strie či křečové žíly. Kromě pleti agentura dbá na to, aby se modelka příliš nelíčila jak na focení *snapů*, tak na castingy. Po dívkách je požadováno, aby neměly žádný nebo jen jemný make-up na zakrývání *nedokonalostí*. Umělé řasy či výrazné líčení jsou nežádoucí. U modelek jsem pozorovala velký zájem o to, aby potlačily tyto *nedokonalosti*, které uvedeným požadavkům nevyhovují. Disciplinace a snaha vyhovět těmto požadavkům se u každé modelky projevuje v jiné míře

¹⁷ Videozáznam modelky z blízka, kdy kamera zabírá pouze její obličej

¹⁸ Aktérský pojem; nedokonalost je to, co se odlišuje od ideálu, který existuje v tomto diskurzu

¹⁹ Aktérský pojem označující pleť bez rozšířených pórů, akné, vrásek

²⁰ Aktérský pojem

²¹ Aktérský pojem

a odlišným způsobem. To je dáno tím, že každá modelka se potýká s jiným typem *nedokonalostí*. Zatímco mladší modelky se v pubertě potýkají s hormonálním akné, dospělé modelky bojují s křečovými žilami.

V tomto případě lze pozorovat určité napětí mezi upřednostněním vzhledu bez úprav jakými jsou make-up či umělé řasy, zatímco v jiných případech jsou úpravy oceňovány jako v případě křečových žil či používání dermatologických přípravků pro zmírnění hormonálního akné.

V neposlední řadě je podstatný vzhled vlasů a tetování.

Furt jsem si žehlila vlasy, proto byly zničený, ale pak mi Klári řekla, že je mám nosit jako normálně přirozený, že je to pak jako víc autentický. Takže jsem pak začala nosit víc kudrnatý.

(rozhovor s Pétou)

U kategorií *klasických modelek, plus size* nebo *petite* je preferován vzhled bez jakéhokoliv tetování, umělých nehtů nebo úprav vlasů, a to od barvy po rasta copánky.

Annie komentuje: „Akorát má modelka Barborka tetování a z toho Klári nebyla moc nadšená...ale ona je tak krásná, že u ní je to jedno.“ Jedná se o menší tetování na obou stehnech a jedno malé na hrudi.

(terénní deník 14.3.)

Jsou ale i případy, kdy je v poli oceněna individualita, která se vymyká stanovené normě. Modelky, které mají vlasy barvené a jsou tak flexibilní v úpravě vlasů, mají možnost získat zakázku na tzv. *hairshow*, kde jsou jim vlasy obarveny nebo zastřiženy v rámci prezentace nových vlasových produktů. Současně se dnes stává čím dál tím běžnější, že modelky agenturu či pracovního klienta zaujmou právě *neobvyklým*²² vzhledem, který je způsoben obarvenými či zastřiženými vlasy nebo tetováním. Vzhled musí být *neobvyklý* ale *správným* způsobem a stále být v normě toho, co je považováno za atraktivní a oceňováno v daném poli.

Klára se Aničky během focení snapů ptá: “ kdy ti sundají rovnítka? “ Pétá odpovídá : “ už teď v dubnu! Ale já dostala ty rovnítky, protože jsem měla mezeru mezi zubama...ale pak

²² Analytický pojem

jsem zjistila, že by se mi /v modelingu/ mezera hodila...tak třeba se mi zas rozjedou“ (terénní deník 4.3.)

Na uvedeném úryvku z terénního deníku lze pozorovat uvažování modelky Pétii, které se měnilo v průběhu jejího působení v modelingu. Ačkoliv nejprve vnímala svou mezeru mezi zuby jako něco, čeho se chtěla zbavit, časem zjistila, že v poli modelingu se jedná o aspekt vzhledu, který by mohl být pro jeho neobvyklost naopak oceněn.

V případě, že je u modelek upřednostněn *univerzální* vzhled, který by měl vyhovět daným normám pro jednotlivé kategorie, tyto úpravy mohou být při hodnocení přehlédnuty. A to v případě, kdy je přihlíženo k jiným fyzickým aspektům modelky jako etnický původ či *správné míry*²³, které vykompenzují *špatně*²⁴ ostříhané vlasy nebo tetování, ze kterého v agentuře *nejsou nadšení*²⁵.

Doptávám se tedy Annie, jak moc vadí změna vizáže. Odpovídá, že oceňují, když jim to modelky řeknou předem, ale jinak jim v tom nebrání. Následně ale přidává: „Kdyby si ale vyholila plešku třeba Vendy, asi to řešíme, jinak ne.“ Vendy je aktuálně nejúspěšnější modelka, kterou zastupují a je zařazena do kategorie plus size.

(terénní deník 4.3.)

Při další návštěvě agentury akorát Annie zveřejňuje na instagramu novou kampaň pro Lee, kterou fotila jejich modelka Vendy v zahraničí. Všimám si, že tam má kratší vlasy a ptám se, zda je ostříhaná. Klára: “ Jo! Ted’ se stříhala, ale našťěstí jí to už docela dorostlo. Když to ale měla čerstvě, tak to v agenturách zahraničních dost řešili... z jedny mi napsali, že bych měla toho, kdo jí to udělal, zastřelit haaha. Ale jinak nosí taky dost příčesky a připínací dredy ..musí si je sundávat..to samozřejmě na focení ani castingy mít nemůže to se taky hodně řeší. “

(terénní deník 11.4.)

Stává se, že až po navázání spolupráce s agenturou se modelka rozhodne pro změnu vzhledu. Změna se může týkat právě nového tetování či změny střihu nebo barvy vlasů. To, jak moc agentura změnu řeší, se odvíjí od toho, jak znatelná změna je a také o jakou modelku se jedná. Když se změna týká modelky, která tolik nepracuje a není aktivní, vadí to méně,

²³ Analytický pojem označující míry, které jsou v normách pro dané kategorie

²⁴ Analytický pojem

²⁵ Aktérský pojem

než když ji provede modelka, která má spoustu zahraničních agentur i významných klientů a pracovních zakázek.

Všechny tyto požadavky na fyzický vzhled jsou modelkám komunikovány již od prvotního podepsání smlouvy a navázání pracovního vztahu. Agentura tímto způsobem napomáhá kultivaci a akumulaci modelčiny kapitálu, který může být akumulován nejen nabýváním ale právě také během ubývání centimetrů například v oblasti modelčiny pasu.

V této kapitole se jedná převážně o kapitál erotický, který definovala Catherine Hakim. (2010) Konkrétně lze materiální vzhled vztáhnout na elementy erotického kapitálu, kterými jsou statická krása a sexuální atraktivita. Tyto elementy se týkají zejména vizuální stránky těla a obličeje. (Hakim, 2010) Kapitál je následně klíčový pro získání pracovních zakázek či navázání spolupráce se zahraničními agenturami, a tedy upevnění modelčiny pozice v tomto poli a zvýšení jejich šancí na úspěšnou modelingovou kariéru.

Požadavky, kterým se v této kapitole věnuji, jsou rámovány normou, kterou současně spoluutváří. Tuto normu lze definovat za pomoci právě kategorie *klasické modelky*, od které se vymezují ostatní kategorie jako *petite*, *plus size* či *etnika*. Normou je tedy určitá výška 176- 180 cm, obvod pasu +/- 60 cm a boků +/- 90 cm, evropský původ. Odchyly od této základní normy daly vzniknout dalším kategoriím, pro které se ustálily jiné specifické normy jako například minimum 102 cm přes boky pro modelky v kategorii *plus size*. Tato norma se tedy diferencuje pro každou kategorii a také zužuje podle typu zakázky. Například u focení plavek či spodního prádla je zohledňováno také to, jaký má modelka obvod hrudníku což při jiném typu focení či přehlídek není klíčové.

To, jaké v tomto poli existují normy, lze pozorovat také skrze aktérské termíny týkající se jednotlivých požadavků na fyzický vzhled modelek. Jedná se například o definici *přirozeného vzhledu*, který představuje vizáž bez make-upu, úprav vlasů, tetování či piercingu a nebo definici *kvalitní pleti*, o které se mluví jako o pleti bez akné, jizev nebo rozšířených pórů, které jsou popisovány jako *nedokonalosti*. Skrze pojmy specifické pro tento diskurz je dívkám konstruována představa *ideálního* těla a vzhledu, kterému se následně snaží vyhovět.

Aby dívky vyhověly těmto parametrům a normám, je třeba, aby tomu podřídily také svůj soukromý život. Ovlivňuje to jejich jednání, když se stravují a cvičí tak, aby se přiblížily požadovaným mírám. U kadeřníka si nemohou dát platinovou blond bez prokonzultování

s agenturou a piercingy či tetování jsou také většinou zapovězené. Modelkou tedy nejsou např. pouze pro účely focení či během komunikace s agenturou.

4.2. Chůze, pózy, Instagram - Schopnosti modelky

U dívek ale není hodnocen jen fyzický vzhled. Je také podstatné, jak se svým tělem dokáží zacházet ve smyslu kultivace tělesného či erotického kapitálu i v tomto ohledu.

Jedná se o jakýsi druh učení, habitualizace, jak zhodnotit svůj fyzický vzhled. Během mého působení v agentuře jsem pozorovala, že čím déle dívka s agenturou spolupracuje, tím lépe tyto schopnosti ovládá.

Způsob zacházení s tělem můžeme pozorovat v několika rovinách.

První rovinou požadovaného způsobu zacházení s tělem, a tedy jedním z kapitálů je způsob vystupování.

Annie mi vysvětluje, jaký materiál modelkám vytváří: “ Každé modelce děláme video, kde se představí a ukáže trochu své osobnosti, taky točíme, jak modelka chodí na podpatcích. “

(terénní deník 4.3.)

Při jiné příležitosti majitelka agentury Klára natáčí video modelce Simoně, které chce poslat zahraniční agentuře v Německu: “ Tak teď Símó natočíme introduction video²⁶. “ Postaví modelku Simonu před bílou zeď a zabere ji mobilem. V záběru je Simona do půli těla, v pozici, aby na ní dopadalo denní světlo a nebyl tam žádný rušivý element. Klára Simoně vysvětluje, co bude obsahem videa a doslovně jí říká, co tam má říkat: “ Bude to jedno krátký a jedno dlouhý video. V tom delším budeš víc mluvit, aby slyšeli v agentuře v Německu. A musíš se hodně smát! V tom kratším řekneš klasicky „I am Simona, I am from Czech republic... “ věk nemusíš. V tom delším řekneš i že je tvoje agentura Kult, aby tě s tím mohli reprezentovat. A fakt se hodně směj! Německo je takový, že když se strašně usmíváš, tak s tebou všichni chtějí pracovat pak! “. Simona je označována jako komerční modelka, proto je podstatné, aby působila přátelsky a hodně se usmívala.

(terénní deník 4.5.)

Na dívky je kladen apel, aby všude chodily včas, aby na castinzích, focení či přehlídkách působily *mile, temperamentně, usmívaly se*, na požádání klienta rychle pózovaly

²⁶ Video modelky, kde se představí, uvede jméno zastupující agentury a někdy i věk či zemi původu

či chodily na podpatcích tak, jak se od nich vyžaduje a jak to v agentuře učí a klient měl i proto zájem, s nimi navázat prvotní i opětovnou spolupráci. Kromě osobního setkání s klientem, je modelka také natáčena na video, které je následně agenturou zasíláno jak zahraničním agenturám, tak i některým pracovním klientům.

V tomto případě se jedná o kultivaci erotického kapitálu. Konkrétně aspektů týkajících se temperamentu a sociálního aspektu, kde je dle Hakim podstatná schopnost získat si druhé, být zdatný v sociálních interakcích, mít šarm a půvab, který je podpořen dobrým smyslem pro humor. (Hakim, 2010) Důležitost tohoto druhu kapitálu ilustruje poslední úryvek z terénního deníku, kdy Klára natáčela modelce Simoně video. Majitelka agentury modelku často upozorňuje na to, aby se modelka smála. Tím způsobem modelka kultivuje právě element erotického kapitálu, který Hakim pojmenovává jako temperament. Na tomto případě je také možno pozorovat právě druh emoční práce neboli emočního managementu. (Hochschild, 2003) Regulace emocí je určována modelingovou agenturou či klientem. Tento management emocí se tak stává druhem kapitálu v tržním prostředí, který je kultivován také u modelek.

Současně Klára na video natáčí i modelčín projev a pohyb, který souvisí s elementem sexuální atraktivity definovaný Hakim. Fakt, že klientům či agenturám, kterým Klára materiály zasílá, nestačí pouze fotografie modelky a je žádoucí točit video, vypovídá o důležitosti právě i tohoto elementu. Kromě těchto elementů je určitě podstatný také element sexuální atraktivity, který Hakim vztahuje spíše k atraktivitě těla a jeho celkové vizuální stránce, která se projevuje při pohybu či mluvení. (Hakim, 2010)

Klári mi vysvětluje strategii, jakou používá při navazování spolupráce s agenturami, které modelky zastupují v zahraničí. Říká, že seznam zahraničních agentur, které modelku zastupují, je jako modelčín životopis. Modelka je podle toho hodnocena následně klienty či jinými agenturami, se kterými by potenciálně mohla navázat spolupráci. Zahraničních agentur modelka může mít neomezený počet. Omezení je pouze místní a to v tom smyslu, že pro každou zemi by měla mít modelka agenturu pouze jednu. K: „ U komerčních ²⁷je lepší mít víc agentur, ale u fashion ²⁸je naopak lepší mít jen pár ale silnějších²⁹. „ „Párkrát už mě prosili z agentury, abych jí někam dál nedávala“ směje se Klári. (terénní deník 18.4.)

²⁷ Typ modelek, které spíše točí reklamy a fotí pro dostupné módní řetězce

²⁸ Typ modelek, které chodí přehlídky či fotí pro prestižní módní značky

²⁹ Aktérský termín označující agentury, které mají dobré jméno a pracují s prestižními klienty

Navázání spolupráce se zahraniční agenturou je klíčové pro nastartování úspěšné kariéry modelky v zahraničí. Jak ilustruje citace, modelky díky těmto spolupracím mají možnost získat i zahraniční zakázky. Selektce probíhá ze strany zahraniční agentury i Klárou reprezentující tzv. mateřskou agenturu. Zahraniční agentury projeví zájem o modelky na základě materiálů, které Klára zašle a kterými modelky prezentuje. Materiály jsou modelčiny fotky ze zakázek, *snapy* a videa. Klára následně z agentur, které projevily zájem, vyberu tu nebo ty, které jsou pro modelku nejvhodnější. To, jaké a kolik má modelka agentur v zahraničí je něco, co určuje její pozici v sociálním poli. Co je žádoucí, se liší podle toho, do jaké kategorie je modelka zařazena. Jedná se o jistý aspekt symbolického kapitálu.

Zda modelka získá pracovní zakázku či naváže spolupráci se zahraniční agenturou, se odvíjí také od její schopnosti pózovat.

Annie bere foťák a jde Pětě vyfotit nové snapy. Annie ukazuje Pětě, jak si má dát při focení nohu. Po chvílce Pěťa protestuje: „Už stačí...a doufám, že mě nechceš teď fotit z boku“. Annie ale chce fotit profil. Pěťa: „No doufám, že tam dáte aspoň nějaký Photoshop nebo aspoň zmenšíte ten nos..ten je katastrofa.“. Pěťa se při focení začne smát. Annie je nakažená smíchem a obě se smějí. Klára sedí u stolu pár kroků od nich a napomíná je.: „nesměj se hahaaha a narovnat ramínka pořádně!“.

(terénní deník 11.3.)

Během focení *snapů* modelek v agentuře jsem pozorovala velký kontrast v pózování dívek, které s modelingem začínají oproti pózování zkušenějších modelek. Začínající dívky se pohybovaly o mnoho pomaleji, pózy se často opakovaly a nebyly tak odlišné. Dívky se často doptávaly a musely být korigovány bookerkou, která je fotila. Také měly problém udržet emoce a začaly se v průběhu focení nekontrolovaně smát nebo měly nepřítomný výraz, což nebylo žádoucí. Oproti tomu, když pózovaly zkušenější modelky, připomínalo focení taneční sestavu. Focení bylo svižné, plynulé, každá póza vypadala promyšleně a až automaticky. Modelky si byly si jisté v tom, co dělají, a proto i jejich výraz vypadal sebevědomě a mohly se soustředit i na změnu výrazů v obličeji, které seděly k daným pózám. Věděly, jak a kam nastavit nohu, aby jejich tělo vypadalo delší, jakou stranou se natočit, aby jejich pas vypadal užší a který profil jejich obličeje na fotoaparát natáčet více, protože je ten *lepší*³⁰ a *hezčí*³¹.

³⁰ Aktérský pojem

³¹ Aktérský pojem

K fotkám modelky Elišky z nové kampaně pro C&A je Klára trochu kritická: “ Ona pořád při pózování dává ruce dopředu nebo přes obličej. To bude nějaká její oblíbená póza. A na některých fotkách, kde se směje působí spíš děsivě. “

(terénní deník 4.5.)

Schopnost pózovat je podstatná ale primárně na pracovních zakázkách. Hodnoceny jsou pózy na výsledných fotografiích, které následně majitelka agentury selektuje do modelčiny portfolia, tzv. booku³², kterým ji agentura prezentuje. *Silný book*³³ je určitě jedním s podstatných aspektů, které hrají roli při kultivaci symbolického kapitálu. Požadovaný způsob pózování, který je následně oceněn, se liší podle typu focení. Když se jedná například o tzv. webshooting³⁴, po modelkách je požadováno, aby především ukázaly oblečení, které je následně prodáváno. Na takových foceních je třeba nafotit desítky kusů oblečení, a proto je žádoucí, aby modelka byla při pózování hodně rychlá. Jiný způsob pózování je požadován na focení tzv. editorialů³⁵, kdy je v průběhu focení použito jen pár kusů oblečení a celé focení je více kreativní a spíše, než o kvantitu jde o kvalitu výsledné práce. Modelky v tomto případě při pózování mohou být pomalejší a více se soustředit na výraz v obličejí, způsob pózování a práci s týmem a prostředím. Když se fotí kosmetické produkty, v záběru je často pouze modelčina tvář. V takovém případě modelka nepózuje celým tělem, ale mění pouze pozice rukou a výrazy či úhly, ze kterých natáčí tvář na objektiv.

Jedna modelka měla dnes pokračovat třetí den na focení pro Bershku v zahraničí. Nicméně včera Annie mi říká, že odjela dřív, protože s ní nebyli spokojeni a rozhodli se nepokračovat. Byl to pro ni šok, protože se jí to ještě nestalo. Vždy jsou z ní všude nadšení. Ale prý byla moc pomalá při pózování.

(terénní deník 12.3.)

Samotné pózování jakožto druh kapitálu je hodnoceno a měřeno ale také různými aktéry jako například klientem či fotografem během focení.

Další hodnocenou rovinou je modelčina chuze.

³² Soubor modelčinych fotek, které byly vytvořeny během jejího působení v modelingu

³³ Book, který obsahuje hodně fotek z prestižních zakázek

³⁴ Focení, kde se fotí oblečení na webové stránky dané značky

³⁵ Fotografie do časopisů

Po focení chce Klára natočit, jak Péťa chodí v podpatcích. Na to ale Péťa odpovídá, že to není dobrý nápad: “ Já si doma trénovala chůzi v podpatcích tak dlouho, že mám úplně zničený nohy a skoro nemůžu chodit ani v teniskách. “

(terénní deník 11.3.)

Vzhledem k tomu, že velká část zakázek jsou modelingové přehlídky, je nezbytné, aby modelka měla *správnou* chůzi na podpatcích i bez nich. *Správná* chůze je taková, kdy se modelka na podpatcích nehrbí, jde rovně a do rytmu případné hudby. Současně s tím je důležité, aby si dávala pozor na výraz v obličeji, který by měl korespondovat s konceptem přehlídky a s požadavkem klienta. Pokud se jedná o komerční značku, často se modelky *usmívají* a mají působit *příjemně*³⁶. Naopak když jde o přehlídku designových značek, od modelek se požaduje, aby se tvářily *vážně* a *seriózně*. Podstatná je také rychlost chůze a pohyb rukou, který by měl být řízený. Opět jsem pozorovala velký rozdíl mezi jednotlivými modelkami a potvrdilo se mi, že zkušenější modelky jsou si svou chůzí mnohem jistější. I chůze je určitým způsobem naučena, natrénována. Během mého působení v agentuře proběhl dokonce i workshop chůze na podpatcích. Agentura workshop pro modelky uspořádala, aby jim vysvětlila, na co si dávat pozor a jak dosáhnout typu *chůze*, kterou klienti vyžadují. Kromě podobných workshopů trénink probíhá i v některých případech z vlastní iniciativy modelek.

Správná modelingová chůze je druh tělesného kapitálu (Wacquant, 1995), který je kultivován tréninkem. Jakmile se modelka ocitne na přehlídkovém mole, tento abstraktní tělesný kapitál se stává součástí symbolického kapitálu, jež je v tomto poli oceňován a jeho kumulací se modelce dostane uznání a následného karierního růstu.

Mezi vyžadované schopnosti modelky patří také způsob, jakým se „ona sama“ prezentuje na sociálních sítích. Konkrétně jsem se setkala zejména s platformou Instagram. „*Kristýna dává na Instagram fotky, kde vypadá jak po kalbě.*“ říká Annie. *Následně mi líčí, jak Kristýně zajistili spolupráci se zahraniční agenturou. Když si ale bookeri ze zahraniční agentury prohlédli Kristýnin Instagram, byli znepokojeni a posílali Annie a Kláře screenshoty konkrétních fotek, které Kristýna sdílí a byli jimi znepokojeni. Ve finále začali na základě toho pochybovat, zda chtějí smlouvu s Kristýnou vůbec podepsat.*“

³⁶ Aktérský pojem

(terénní deník 7.3.)

„Vendy má ráda cosplay a její instagram byl plný fotek spojených s cosplayem, tak jsme jí řekly, ať to smaže, protože to vypadalo blbě.“ mluví Annie o jejich neúspěšnější modelce.

(terénní deník 4.3.)

„Víc si dávám pozor na to, co tam dávám a když mám nějaký dobrý joby, tak si to předsílím. Už to není tolik osobní profil. Instagram je to takový moje portfolio. Ale snažím se to mít autentický ať to jsem já. Facetune³⁷ nepoužívám.“

(rozhovor s Niki)

Ze strany agentury je korigováno, jakým způsobem si modelka svůj profil vede. Především musí mít každá modelka na svém profilu uvedeno jméno zastupující agentury, aby působila profesionálně a bylo jasné, kdo ji zastupuje. Následně bookerka či majitelka agentury průběžně kontroluje, jaké fotografie dívka na svém profilu uveřejňuje, aby působil profesionálně³⁸ a aby sdílené fotografie nepoškodily modelčinu prestiž. Z pohledu agentury se jedná o platformu, na které se modelka prezentuje a je nutné si dávat pozor, co uvidí potenciální klient či zahraniční agentura.

Dále je agenturou sledováno, na jakých fotkách je modelka označována a v neposlední řadě počet sledujících jejího profilu, který může dívce pomoci při získávání zakázek, neboť pro některé klienty je počet sledujících podstatný. Pokud modelku na Instagramu sleduje známý fotograf nebo agentura, může to pro modelku znamenat potenciální výhodu při navazování spolupráce s těmi, kdo sledují její profil.

V neposlední řadě je také oceňován kulturní kapitál, a to konkrétně znalost jazyka, ideálně anglického. Agentura modelku poté může nabídnout zahraničnímu trhu. Čím lépe modelka ovládá cizí jazyk, tím snáz spolupráce v zahraničí probíhá.

4.3. Oficiálně modelkou

Od výše míry kultivace modelingového kapitálu a vtělování habitu se také odráží to, v jaké kategorii se modelka nachází. Přesunutí modelky z kategorie *new face* do tzv.

³⁷ Program na úpravu a retuš fotek

³⁸ Analytický pojem

mainboardu se může jevit jako moment, kdy se dívka stane skutečnou modelkou³⁹. Skutečnou profesionální modelkou se může dívka ale sama pro sebe stát i v jiných momentech, jak je vidět například citaci, kde Niki popisuje, jak se díky prestižní zakázce cítila být skutečnou modelkou, která do modelingu patří.

Divím se, že se svýma mírama jsem tohle schopná dělat. Ted' jsem měla dobrej job pro Pradu. To mi fakt udělalo radost. Kvůli tomu, že nejsem v těch měřítkách, tak jsem pochybovala, jestli patřím do toho modelingu a tahle práce mi odškrtnla to, že je to v pořádku. Když se ohlídnu zpět tak fakt si říkám, že ta malá puberťačka, která se cejtila malá nebo ošklivá nebo že má ošklivej nos...tak to je takový, že jsem díky tomu taková šťastnější.

(rozhovor s Niki)

Status je tedy určován i prestiží zakázek, které modelka získá. Přesunutí do mainboardu neurčuje přesná doba působení modelky v agentuře a neuvádím jej proto mezi kvantifikovatelné aspekty. O umístění rozhodují výhradně zaměstnankyně agentury, konkrétně majitelka agentury a bookerka. Moment, kdy se zaměstnankyně agentury rozhodnou, že modelka vyhovuje požadavkům pro kategorie, do které je zařazena, a má dostatek zkušeností a materiálu, kterým ji agentura reprezentuje, indikuje vhodný čas přesunout dívku z kategorie *new face* na zmíněný *mainboard*.

Annie mi oznamuje: " A budem mít asi novou modelku ..Asiatku, která je celá potetovaná!...ale asi určitě ne v mainboardu...protože k tomu je i malinká a nemá míry, takže samé minusy" Tetování hodnotí Annie ale kladně a má dojem, že tím bude zajímavá pro budoucí klienty.

(terénní deník 14.3.)

Přesunutí do mainboardu lze interpretovat tak, že dívka již symbolický kapitál kultivovala do minimální potřebné výše proto, aby mohla být profesionální modelkou. Symbolický kapitál je určován, kromě zmíněného fyzického vzhledu a schopností modelky, také počtem a typem agentur, které ji zastupují v zahraničí a kvalitou materiálu⁴⁰, kterým bude modelka následně reprezentována, tedy bookem, snapy a videy, které ji agentura vytvoří. Je tedy zásadní externí validizace, která přichází ze strany klienta či zahraniční agentury.

³⁹ Analytický pojem

⁴⁰ *Book, snapy, video chůze, video představení*

5. Závěr

Modelingový habitus si dívky, budoucí modelky, osvojují již před vstupem do agentury během toho, kdy jsou konfrontovány normami krásy z médií. Jakmile začne jejich spolupráce s modelingovou agenturou, intenzita vtělování modelingového habitu se značně zvýší. Proces začíná již první návštěvou agentury, kdy je dívka zařazena do jedné z kategorií (klasické modelky, petite nebo plussize) a společně s tím jsou jí řečeny konkrétní požadavky pro danou kategorii. Intenzita habitualizace se zvyšuje zejména během interakce s agenturou při vytváření modelčiny *snapů*, videí chůze či měření mír v oblasti boků a pasu. Kromě jí také podporuje aktivní účast na castinzích, kde se dívka setkává s kritikou ze strany klienta a současně je porovnávána s jinými dívkami, které svým vzhledem v dívce dotváří představu o tom, jak by právě i ona měla vypadat. Dívkám se tak konkretizuje norma toho, co je v tomto poli oceňováno, co je tedy správné a co není. Kromě norem je často majitelkou agentury a bookerkou komunikován i přesný způsob, jakým normám mají vyhovět. S dívkami je konzultován způsob, jak se zbavit *nedokonalostí pleti* nebo jak si ostříhat či obarvit vlasy, aby to vypadalo *dobře*. Během uvedeného procesu je formována podoba habitu.

Modelky postupně začínají ztělesňovat normy komunikované klienty skrze agenturu, která v celém procesu funguje jako prostředník. Dívky se tak stávají nositelkami norem, které jsou následně médií prezentovány celé společnosti a dostávají se za hranice pole modelingu a netýkají se už jen aktérů modelingového pole.

Panující diskurz krásy v poli modelingu lze sledovat také na aktérských výrazech, které jsou mezi aktéry užívány. Pojmy se týkají fyzického vzhledu nebo jednání modelky. Konkrétně se jedná například o výrazy jako *přirozený, hezký či neobvyklý vzhled, kvalitní pleť, správné míry, míry na správných místech, správná chůze, příjemné působení, hubená postava, špatně ostříhané vlasy*. Tyto opakující výrazy opět v modelkách konkretizují představu o tom, co je v poli správné a co ne. Konkretizováním se existující norma zužuje a tím také zintenzivňuje.

Kultivace symbolického, tedy modelingového kapitálu, probíhá ve vícero rovinách. V první řadě je klíčové, aby modelky vyhovely požadavkům na fyzický vzhled. Je nezbytné, aby dívky základy tohoto kapitálu měly již předem, aby vůbec do tohoto pole mohly vstoupit. To se týká například výšky dívek, kterou změnit nemohou. Požadavky na fyzický

vzhled modelky jsou z velké části kvantifikovatelné a specifické pro každou z kategorií. Vymezením od kategorie *klasické modelky* vznikly další kategorie jako *plus size* či *petite*. Požadavky se týkají výšky, kterou modelka ale změnit nemůže. Kromě toho se ale týkají obvodu jejích prsou, pasu a boků, kterým se často modelky musí přizpůsobit upravením stravování nebo cvičením. Tyto hodnotící kritéria jsou základními kameny existující normy. Modelkám jsou jejich očekávané míry pravidelně připomínány skrze techniku pravidelného přeměrování v agentuře. Nepřetržitý dohled agentury podporuje intenzitu vtělování habitu modelek a sebedisciplinaci u dívek. První rovinu symbolického kapitálu lze nahlížet za pomoci teorie Catherine Hakim a uvažovat o ni jako o druhu erotického kapitálu. (2010) Podstatný je zde materiální vzhled, a tedy statická krása a sexuální atraktivita.

Další rovina utváření symbolického kapitálu modelky se týká schopností. Požadovaných schopností modelky dosáhnou zejména učením a tréninkem. Jedná se například o modelingovou chůzi, která je druhem tělesného kapitálu (Wacquant, 1995). Kromě toho je podstatné, aby dívka působila *mile* a *temperamentně* a pózovala *správně* pro danou zakázku. V tomto případě se opět jedná o druh erotického kapitálu konkrétně aspektu temperamentu. (Hakim, 2010)

Při hodnocení toho, jak modelky stanovené požadavky a schopnosti splňují, se ale ve vybraných případech akceptují nebo dokonce vyloženě oceňují odchylky. Objem modelingového kapitálu může být tak naopak odchylkami zvýšena. Odchylky jsou ale specifické a musí splňovat normy a být *správné*. Jedná se například o mezeru mezi zuby, jiný etnický původ než evropský nebo kudrnaté vlasy.

Modelka je při kultivaci symbolického kapitálu průběžně oceňována formou uznání. Uznání má vícero podob. Může se jednat např. o uznání ze strany autorit v modelingové agentuře v momentě, kdy je modelka přesunuta na tzv. *mainboard*. Jiná podoba uznání může přijít od odlišné autority modelingového pole, kdy má modelka úspěch na castingu a pracovní klient ocení její vzhled a schopnosti.

6. Bibliografie

BOURDIEU, Pierre, 1998. Teorie jednání. Praha: Karolinum. ISBN 80-718-4518-3.

FOUCAULT, Michel, 2000. Dohlížet a trestat: kniha o zrodu vězení. Praha: Dauphin. Studie (Dauphin). ISBN 80-860-1996-9.

FREDERICK, David, Megan FORBES, Brooke GENTLE, Tania REYNOLDS a Tia WALTERS, 2015. Beauty standards. In: The international encyclopedia of human sexuality. s. 113-196.

HAKIM, C., 2010. Erotic Capital. European Sociological Review. 26(5), 499-518. ISSN 0266-7215. Dostupné z: doi:10.1093/esr/jcq014

HEŘMANSKÝ, Martin, 2019. Zúčastněné pozorování. In: NOVOTNÁ, Hedvika, Ondřej ŠPAČEK a Magdaléna ŠTOVÍČKOVÁ JANTULOVÁ. Metody výzkumu ve společenských vědách. 1. Praha: FHS UK, s. 356-389.

HOCHSCHILD, Arlie Russell, 2003. The managed heart. Berkley CA: University of California Press.

MEARS, Ashley a William FINLAY, 2005. Not Just a Paper Doll. Journal of Contemporary Ethnography. 34(3), 317-343. ISSN 0891-2416. Dostupné z: doi:10.1177/0891241605274559

NOVOTNÁ, Hedvika, 2019a. Kvalitativní strategie výzkumu. In: NOVOTNÁ, Hedvika, Ondřej ŠPAČEK a Magdaléna ŠTOVÍČKOVÁ JANTULOVÁ. Metody výzkumu ve společenských vědách. 1. Praha: FHS UK, s. 259-287.

NOVOTNÁ, Hedvika, 2019b. Výběr vzorku a prostředí výzkumu. In: NOVOTNÁ, Hedvika, Ondřej ŠPAČEK a Magdaléna ŠTOVÍČKOVÁ JANTULOVÁ. Metody výzkumu ve společenských vědách. 1. Praha: FHS UK, s. 291-314.

RŮŽIČKA, Michal a Petr VAŠÁT, 2011. Základní koncepty Pierra Bourdieu: polekapitál- habitus. Anrtopowebzin. 2, 129-133.

SAID, Edward W., 2008. Orientalismus: západní koncepce Orientu. Praha: Paseka. ISBN 978-80-7185-921-5.

WACQUANT, Loïc J.D., 1995. Pugs at Work: Bodily Capital and Bodily Labour among Professional Boxers. 1(1), 65-93. ISSN 1357-034X. Dostupné z: doi:10.1177/1357034X95001001005

ZANDLOVÁ, Markéta a Magdaléna ŠŤOVÍČKOVÁ JANTULOVÁ, 2019. Etika výzkumu. In: NOVOTNÁ, Hedvika, Ondřej ŠPAČEK a Magdaléna ŠŤOVÍČKOVÁ JANTULOVÁ. Metody výzkumu ve společenských vědách. 1. Praha: FHS UK, s. 60-90.