

Vincze Teréz

Feminizmusok

Bevezető a „Nőfigurák a kortárs populáris filmben” című összeállításhoz

Több mint másfél évtizede, 2000-ben jelent meg a *Metropolis* Feminizmus és filmelmélet című összeállítása, melynek fontos célja volt, hogy bevezetőt nyújtson a filmtudományi feminizmusba. Ennek érdekében meghatározó, a feminizmus „második hullámához” (hosszvetőleg az 1960-as évektől az 1980-as évekig terjedő időszak) tartozó filmteoretikusok alapszövegeiből válogattunk, illetve feminista szemléletű film-elemzéseket adtunk közre. Az akkori szám készítésének idejére volt tehető, hogy egyre határozottabb alakot kezdett öltetni a feminizmus második hullámot követő szakaszának gondolati differenciálódása. Az egyre terebélyesedő gondolatrendszerben szükségszerűen ellentmondásos koncepciók is megjelentek, a feminizmus kifejezést pedig már-már értelmezhetetlenül és zavarba ejtően sokféle törekvésre kezdték alkalmazni.

Nem mondhatjuk, hogy a kép mára kitisztult volna, hiszen – ahogy az nem meglepő egy ilyen széles értelemben vett társadalmi, politikai, kulturális jelenség esetében – az új helyzet mindig új kihívások elé állítja a feminizmus híveit és ellenzőit. Az elért egyre több eredmény új lehetőségeket, ugyanakkor újfajta ellenzéket is teremt, nem csoda hát, ha a 21. században a „feminizmusok” burjánzásának vagyunk tanúi. A második hullám kétségtelenül elindított egy megállíthatatlan folyamatot, mely számos módon folytatódik, és változatos módokon vált ki ellencsapásokat.

Bár itt lenne az ideje a második hullámot követő időszak filmelméleti, kritikai fejleményeinek teoretikus szempontú áttekintésére, a főbb folyamatok és viták bemutatására, jelen számunkkal mégsem erre vállalkozunk. A számban szereplő írások kifejezetten annak elemzésével foglalkoznak, hogy ebben a sokféle feminizmusú korszakban, amikor a második hullám által elért eredmények a kulturális termelés elidegeníthetetlen részeivé váltak, miképp használja a populáris kultúra a feminista tapasztalat eredményeit, érzékelhetőek-e

változások a populáris film nőábrázolásában ahhoz képest, amit a második hullám erőteljesen bírált.

Fontos megjegyezni, hogy a lapszámunkban megjelenő írások javarészt fiatal magyar kutatók tollából származnak, akik nemhogy a második hullám generációjának lányai, de inkább már unokái lehetnének. A feminizmus huszadik századi történetétől nem idegen ez a generációs szemlélet. A harmadik hullámot gyakran nevezik a lányok generációjának, hiszen az 1990-es évektől megjelenő tendencia elindítói sok esetben ténylegesen a második hullám jelentős képviselőinek lányai voltak. Kifejezetten a generációs váltás(ok)nak a filmkultúra feminista vonatkozásaira gyakorolt hatásával – ami természetesen nemcsak a kritikusok, de a filmkészítők generációinak váltásával is összefügg – is érdemes lenne egy külön összeállításban foglalkozni. De itt és most megelégszünk azzal, hogy számunk szimpomatikus értelemben reagál erre a kérdésre: vagyis azon keresztül, hogy mi kelti fel a témakörben a fiatalabb kritikugeneráció érdeklődését, mely problémákat tartják kritikára, vizsgálatra érdemesnek.

Az egyik nyilvánvaló tendencia, hogy a populáris kultúra széles körben elérhető, és így széles körben hatást gyakorló produktumai látszanak vizsgálatra érdemesnek e generáció számára, hiszen ezek tendenciózan mutatják a nők reprezentációjának változását, illetve továbbra is fennálló korlátait a patriarchális rendszerben. Az a tendencia, hogy a feminista „ellenfilm” lehetőségeiről és fontosságáról szóló feminista diskurzusról a második hullám után egyre erőteljesebben áttolódik az érdeklődés a populáris kultúra termékeire, a populáris reprezentációban rejlő szubverzív lehetőségek megragadására, a feminista „projekt” történeti (körülményeinek) változásával is összefügg.

A populáris kultúrához, a fogyasztói társadalomhoz való viszony eltérő volta pedig éppen az egyik meghatározó tényező, mely a nevükben feminizmust

tartalmazó, ám egymással sokszor szöges ellentétben álló tendenciák közötti különbségekre utal. Anélkül, hogy e rendkívül összetett társadalmi, kulturális és fogalomtörténeti folyamat elemzésére és áttekintésére vállalkoznék ebben a rövid bevezetőben, inkább a három leggyakrabban felbukkanó koncepció körvonalait vázolom fel, ezek a „neofeminizmus”, a „poszt-feminizmus” és a „harmadik hullámos feminizmus”.

Hilary Radner *Neo-Feminist Cinema* című könyvében¹ meggyőzően érvel amellett, hogy érdemes a neofeminizmus fogalmát, eredetét és jelentését már a második hullámos feminizmus megjelenésének időszakától kezdve, azzal párhuzamosan értelmezni. Elgondolása szerint ugyanazok a társadalmi körülmények, melyek az 1960-as években a második hullámot létrehozták, ugyanekkor elindítottak egy másik mozgalmat is a nők körében, melyet Radner – bizonyos szociológusok munkáit követve – neofeminizmusnak nevez.² Ez a neofeminista tendencia kifejezetten a fogyasztói kultúrához köti a női önkitaljesítést. Ez a fogyasztói feminizmusként is definiálható tendencia az 1970-es, 80-as évektől a nőket célzó reklámokban a test és a női identitás birtoklásának, kiteljesítésének és értéknövelésének lehetőségét a fogyasztásban jelölte meg: az önkitaljesítést a beszerzéssel, az identitás választását a megfelelő termék kiválasztásával tette egyenlővé. A női identitás megképzésének és birtoklásának ezen koncepciója a fogyasztói kultúra teljes elfogadására buzdított.³

Radner ebből a párhuzamos jelenségből vezeti le, ennek folytatásaként értelmezi azt, amit manapság felületesen „posztfeminista” kultúraként szoktak aposztrofálni, és aminek valójában nagyon kevés köze van a feminizmus által megfogalmazott kritikai célokhoz és elvekhez. A neofeminizmus tehát következménye a feminizmusnak, ami az önkitaljesítést, a saját élet és identitás feletti hatalom visszaszerzését fontos

célnak tartotta a nők számára, azonban a női hatalmat ez az elgondolás a neoliberalizmus 20. század végi ideológiájával kötötte össze, és a kapitalista nagyvállalatok számára ideális, fogyasztásközpontú nőiségkoncepció terjesztésében volt érdekelt. Ebben az értelemben a jelenlegi, fogyasztói neofeminizmus nem annyira feminizmusellenesség, mint inkább a 60-as évektől jelen lévő neofeminista tendencia folytatása.⁴

A második hullámos feminizmus és a neofeminizmus törekvéseiben vannak közös vonások – így például a női anyagi önállósodás fontosságának hangsúlyozása – de a feminizmus által megfogalmazott társadalmi (etikai, politikai) reformtörekvésekkel szemben a neofeminizmus az individualista (a saját test értékének növelése), racionalista, fogyasztásközpontú neoliberális agendára épít.⁵ A második hullám egyik legfontosabb szlogenje a „the personal is political” volt, miszerint a nők egyéni (elnyomásának) problémáira reagálva közösen, a nők általános elnyomását szolgáló politikai rendszerrel/hatalommal szemben kell fellépni. A neofeminizmusban az individuális nő a saját nevében és saját érdekében cselekszik, társadalmi környezetétől elválasztva is értelmezhető törekvései vannak. A patriarchális társadalom ellen ugyan küzd, de azt a kapitalizmus nevében teszi, a legfőbb érték eszerint a fogyasztói kultúra segítségével elérhető, csillogó és tökéletes nőiség lesz.⁶

A fogyasztást és az azon alapuló nőiséget ünneplő neofeminizmus a hollywoodi populáris kultúra számára az egyik legtermészetesebb szövetséges, hiszen ugyanazt árulja, amit Hollywood: a fogyasztás örömeit, a fogyasztás révén elérhető csillogást és kommercializált önkitaljesítést.

Amint fentebb említettem, a neofeminizmus ideológiájának megjelenési formáira gyakran és felületesen mint „posztfeminista kultúrára” hivatkoznak. Azonban van a posztfeminizmus fogalomnak

1 Radner, Hilary: *Neo-Feminist Cinema. Girly Films, Chick Flicks and Consumer Culture*. New York–London: Routledge, 2011.

2 ibid. p. 2.

3 ibid. p. 6.

4 ibid. p. 3.

5 ibid. p. 9.

6 ibid. p. 11.

egy másik értelmezése is, melyet Melanie Waters tárgyalt.⁷ Ebben az értelemben a posztfeminizmus az 1980-as évek elejétől létező fogalom, mely a 80-as és 90-es években a feminizmussal szemben bekövetkező ellencsapáshoz, a médiában megjelenő feminizmusellenességhez kapcsolódik. A „poszt” ebben az esetben a második hullámos feminizmushoz képest egy új, azt követő szakaszt jelöl, amely egyben ellenállás is a korábbi feminizmussal szemben. A posztfeminizmus tehát történeti értelemben reakció a feminizmusra, mely a második hullám elveivel és céljaival szembe helyezkedik. A „poszt” összetett jelentéseket koncentrálnál, amennyiben a folytatás, elutasítás, ambivalencia és dekonstrukció egyaránt helyet kap benne.⁸

A második hullám mint társadalmi reformmozgalom általánosságban szembe helyezkedett a tömegkultúrával, az érdekelte, hogy a valódi, autentikus nőiséget hogyan deformálja, a reprezentációkban miképpen hamisítja meg a tömegkultúra, és ezeknek a reprezentációknak a kritikáját és kijavítását tűzte ki célul.⁹ Ennek megfelelően a második hullámot a tömegfilmekkel kapcsolatban azok kritikai vizsgálata, a filmkészítésre vonatkozóan azonban a populáris kultúrán kívüli, tehát ellenkulturális, ellenfilm-elképzelés támogatása és serkentése foglalkoztatta. Az 1990-es és a 2000-es évek posztfeminizmusa feminizmusellenes, amennyiben az „eredeti” feminizmust rigidnek, szex- és románcellenesnek, túl komolynak és extremistának tekinti. Mivel a posztfeminizmus mélyen a populáris (fogyasztói) kultúrában gyökerezik, a hozzá való (kritikai) viszonya is jelentősen eltér a második hullám gondolkodásától. Ugyanakkor a poszt- és a neofeminizmus közötti kapcsolatot nem nehéz észrevenni, különösen ha a felszabadítás és a popularitás koncepciója felől közelítünk. A poszt-feminizmus szinonimáiként is használt fogalmak – mint a „girl power”, populáris feminizmus – olyan jegyekre utalnak, melyek a két koncepciót összekötik.¹⁰

Végül a harmadik fogalom, mely rövid magyarázatot érdemel, a harmadik hullámos feminizmus. Ahogy a

neve is utal rá, ebben a felfogásban benne rejlik az a generációs szemlélet, mely nők és aktivisták egymást követő, különböző élettapasztalatokra építő aktivitásaként utal a feminista projektekre. A harmadik hullám képviselői, teoretikusai javarészt az ún. X-generációból kerültek ki – a 60-as és 70-es években születtek, és sokan, ahogy arról már volt szó, szó szerint a második hullám képviselőinek lányai voltak. Ehhez a fogalomhoz köthető az a feminizmusfelfogás, mely a második hullám társadalmi, politikai céljainak mozgalmi szintű, aktivista továbbvitelét kifejezett feladatának tekinti. Ez az a tendencia, mely a második hullám által felismert célt, miszerint a feminizmusnak komolyan kell vennie a különböző rasszokhoz, társadalmi osztályokhoz és szexuális identitásokhoz tartozó nők problémáinak képviselőségét is, továbbra is szem előtt tartja. A harmadik hullám tevékenységét és arculatát a játékosság, a felforgatás, a lázadás gesztusai formálják. Számukra a szubverzív technikák alkalmazása a kritika egyik fő eszköze: a szexista imázsok és szimbólumok használata, illetve a humor fontos szerepű a tevékenységükben, amit az olyan (művészeti) gesztusok képviselnek leglátványosabban, mint például a *Vagina monológok*.

A jelen összeállításban szereplő szövegek ebben az összetett fogalmi közegben nyerik el értelmüket. Feminista szövegek, amennyiben a kortársi reprezentációs stratégiákat megpróbálják kritika alá vonni, feltárják azokat a kérdéseket, melyekre az új korszak sem talált megoldást, illetve melyek tekintetében a reprezentációk neo- vagy poszt-feminista módon inkább elleplezik, újraírják a problémát, minthogy valódi alternatívát kínálnának.

Különbőféle feminizmusok ezek, melyek magukénak tudják és használják a második hullám eredményeit, de el is térnek annak hangnemétől, kérdésvetéseitől és célkitűzéseitől.

7 Waters, Melanie: Introduction. Screening Women and Women on Screen. In: Waters (ed.): *Women on Screen. Feminism and Femininity in Visual Culture*. Palgrave Macmillan, 2011. pp. 1–14.

8 ibid. p. 3.

9 ibid. p. 6.

10 ibid. p. 4.