

Vincze Teréz

**Feminizmusok****Bevezető a „Nőfigurák a kortárs populáris filmben” című összeállításához**

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” (hózzávetőleg az 1960-as évektől az 1980-as évekig terjedő időszak) tartozó filmteoretikusok alapszövegeiből válogattunk, illetve feminista szemléletű filmelemzéseket 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 ellenzékot 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 ellensapásokat.

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 elindítóit 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 meglegszünk azzal, hogy számunk szimpomatikus értelemben reagál erre a kérdésre: vagyis azon keresztül, hogy mi kelti fel a témakörben a fiatalabb kritikusgeneráció 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 könyvében<sup>1</sup> 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.<sup>2</sup> Ez a neofeminista tendencia kifejezetten a fogyasztói kultúrához köti a női önkiteljesítést. 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 önkiteljesítést 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.<sup>3</sup>

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 következőképpen a feminizmusnak, ami az önkiteljesítést, 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, fogyasztás-központú 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.<sup>4</sup>

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.<sup>5</sup> 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.<sup>6</sup>

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 örömét, a fogyasztás révén elérhető csillogást és kommercializált önkiteljesítést.

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 tárgyal.<sup>7</sup> 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.<sup>8</sup>

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.<sup>9</sup> 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 posztfeminizmus 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.<sup>10</sup>

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 képviseletét is, továbbra is szem előtt tartja. A harmadik hullám tevékenységét és arculatát a játékoság, 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 közegeben 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.

Különböző 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.

## Korábbi számaink

1997 tavasz	Filmtörténet-elmélet Gothár Péter	2005 no. 2.	Posztkolonialis filmelmélet
1997 nyár	Gilles Deleuze filmelmélete Tarr Béla	2005 no. 3.	Gaál István
1997 ősz	Festészet és film Derek Jarman	2005 no. 4.	Wong Kar-wai
1997 tél – 1998 tavasz	Futurizmus és film Grunwalsky Ferenc	2006 no. 1.	A horrorfilm
1998 nyár	Narratológia Szóts István	2006 no. 2.	Lars von Trier
1998 ősz	Szergej Mihajlovics Eisenstein	2006 no. 3.	A kortárs iráni film
1998 tél – 1999 tavasz	Kognitív filmelmélet Atom Egoyan	2006 no. 4.	80 éves a Metropolis – 10 éves a Metropolis (Jubileumi szám)
1999 nyár	Pszichoanalízis és filmelmélet Forgács Péter	2007 no. 1.	Bollywood
1999 ősz	Műfajelmélet Makk Károly	2007 no. 2.	Önreflexió a filmművészetben
1999 tél	Jean-Luc Godard	2007 no. 3.	A thriller
2000 no. 1.	Magyar operatőrök	2007 no. 4.	Erdély Miklós
2000 no. 2.	Orson Welles	2008 no. 1.	Film és tér
2000 no. 3.	Dada és film Antonin Artaud és a film	2008 no. 2.	Film és építészet
2000 no. 4.	Feminizmus és filmelmélet	2008 no. 3.	A filmmusical
2001 no. 1.	Nemzeti filmtörténetek	2008 no. 4.	Kortárs amerikai tévésorozatok
2001 no. 2.	Új képfajták	2009 no. 1.	Az animációs film
2001 no. 3.	Jancsó Miklós I.	2009 no. 2.	Robert Altman
2001 no. 4.	Média és film (A Metropolis és a Médiakutató közös száma)	2009 no. 3.	Magyar filmkánon
2002 no. 1.	Jancsó Miklós II.	2009 no. 4.	Dokumentumfilm-elmélet
2002 no. 2.	Stanley Kubrick	2010 no. 1.	Magyar műfaji film
2002 no. 3–4.	Kelet-európai film a rendszerváltás után	2010 no. 2.	Globalizáció és filmkultúra
2003 no. 1.	Fotó és film	2010 no. 3.	Hollywoodi Reneszánsz
2003 no. 2.	Science fiction	2010 no. 4.	Magyar film az 1980-as években
2003 no. 3.	Szabó István	2011 no. 1.	Joel és Ethan Coen
2003 no. 4.	Szerzői elméletek	2011 no. 2.	Kortárs dél-koreai film
2004 no. 1.	Psycho-analízisek	2011 no. 3.	Kortárs magyar film – Kulturális értelmezések
2004 no. 1.	Magyar dokumentumfilm a rendszerváltás után	2011 no. 4.	Michael Haneke
2004 no. 3.	Film és fenomenológia	2012 no. 1.	Narratív komplexitás
2004 no. 4.	Jeles András	2012 no. 2.	Tudat – álom – film
2005 no. 1.	Varratelmélet	2012 no. 3.	Melodráma
		2012 no. 4.	Kortárs Hollywood
		2013 no. 1.	Japán kapcsolatok
		2013 no. 2.	Magyar film 1939–1945
		2013 no. 3.	Film/test/film
		2013 no. 4.	Király Jenő 70
		2014 no. 1.	Empirikus filmtudomány
		2014 no. 2.	A filmbefogadás empirikus vizsgálata
		2014 no. 3.	Klasszikus magyar filmvígjáték
		2014 no. 4.	Modern és kortárs magyar filmvígjáték
		2015 no. 1.	Olasz műfajok
		2015 no. 2.	Hang a filmben
		2015 no. 3.	Magyar animáció

A Metropolis előfizethető a szerkesztőség címén átutalással vagy postai csekken a Kosztolányi Dezső Kávéház Kulturális Alapítvány javára a következő OTP-számlaszámon: 11742001-20034845. Négy szám ára személyes átvétellel: 3000 Ft, postai kézbesítéssel: 5000 Ft.

Szerkesztőség: 1082 Budapest, Horváth Mihály tér 16., tel.: +36 20 483-2523 (Jordán Helén), e-mail: metropolis@c3.hu

A Metropolis kapható a nagyobb könyvesboltokban.

Egyes korábbi számaink megrendelhetők a szerkesztőség címén, a még kapható számok listája megtekinthető a folyóirat honlapján: <http://www.metropolis.org.hu/?pid=50>