

Powrót mamy i dziwki

3 lipca 2012

Kryzys ekonomiczny zdaje się reaktywować kobiecość w najbardziej archaicznym wydaniu. Kultura masowa zalewa nas obrazami kobiet spełniających się w macierzyństwie lub w zaspokajaniu seksualnych zachcianek mężczyzn. Postawy te są komplementarne. Obie mają być atutem w surowym, nastawionym na rywalizację społeczeństwie.

W czasie ostatnich miesięcy trudno było oprzeć się wrażeniu, że francuscy filmowcy wzięli sobie za punkt honoru pokazać dziewczętom z klas średnich i niższych los, którego powinny się lękać: studia bezużyteczne lub żadne, a potem długie lata niewdzięcznej pracy za śmieszne pieniądze. I nie chodzi oczywiście o to, by zachęcić je do politycznego spojrzenia na ich sytuację. Nie, po prostu są bogaci i są biedni, zawsze tak było i zawsze tak będzie – to niezmienny element w dziejach ludzkości. Lub też prawie niezmienny, bo przecież trudno przeoczyć fakt, że ostatnio biedni stają się jeszcze biedniejsi, za to bogaci jeszcze bogatsi. Budzi się więc podejrzenie, że na ten stan rzeczy wpływają jednak jakieś polityczne mechanizmy. Ale mówienie o tym, zwłaszcza uroczej panience – toż to populizm, toż to w złym guście, zgroza! Zresztą po co zawracać sobie głowę tymi męczącymi problemami, skoro natura obdarzyła was wszystkim, co potrzebne, żeby sobie poradzić: młodym, ponętym ciałem i dobrym zdrowiem?

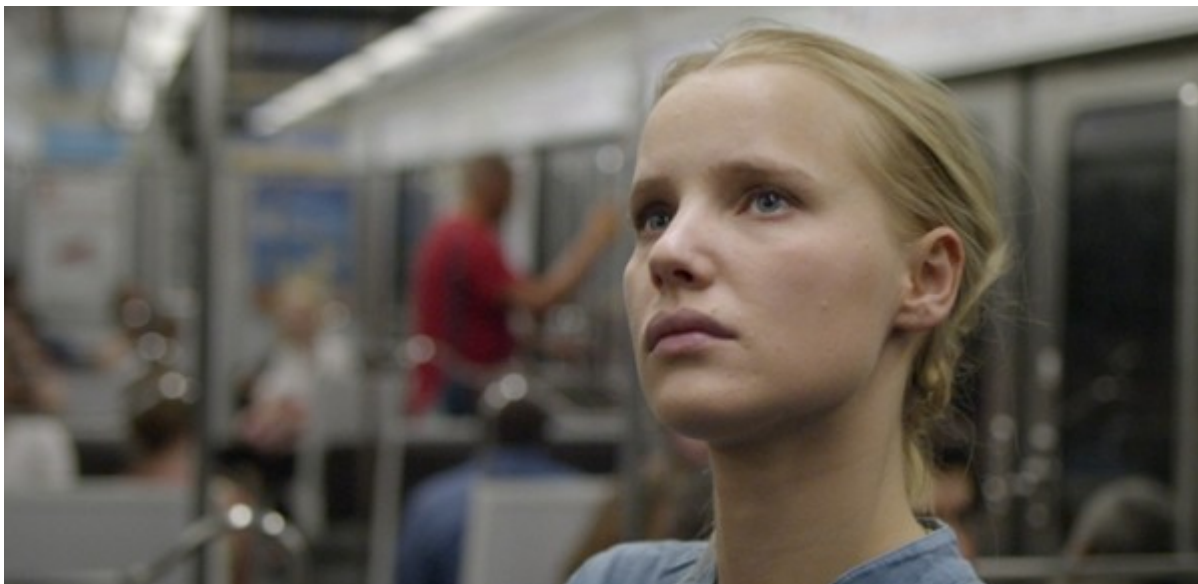


W grudniu wszedł na ekrany film Delphine i Muriel Coulin „17 filles”. Inspirowany jest autentyczną historią 18 amerykańskich licealistek, które w 2008 r. jednocześnie zaszły w ciążę. Reżyserki przeniosły opowieść w realia francuskie, do miasta Lorient i stworzyły opowieść skrajnie wyidealizowaną. Pokazały ciążę nastolatek jako romantyczny bunt przeciw ograniczonemu światu rodziców i nauczycieli. Do filmu wybrały piękne i szczupłe aktorki, które oko kamery śledzi z fascynacją [1].

Tymczasem widzieć we przedwczesnym macierzyństwie wyraz „buntu” znaczy nie zauważać, jak bardzo jest ono promowane od lat przez kulturę popularną w Stanach Zjednoczonych i, w nieco mniejszym stopniu, w Europie. Dowodem chociażby amerykański film Juno z 2007 r., programy „Teen Mom” i „16 lat i w ciąży” na MTV, „16 ans et bientôt maman” (16 lat i wkrótce mama) w telewizji M6 czy „Clem Maman trop tôt” (Clem, za młoda mama) i „Ados et déjé mamans” (Matki-nastolatki) w TF1. W 2011 r. na YouTube odnotowano 23 mln wejść na stronę z klipem do piosenki Colónela Reyela Aurélie, ku wielkiej radości przeciwników aborcji, bo jej przekaz jest taki: „Aurélie ma dopiero lat 16 i oczekuje dziecka. / Jej rodzice i przyjaciele radzą jej: zrób aborcję. / Ale ona nie chce, inaczej na to patrzy. / Mówi, że czuje się gotowa, by ktoś mówił do niej „mamusiu””...

W popularnych magazynach ciąży i macierzyństwo celebrytek wzbudza najwyższą ekscytację – powodem do plotek jest choć odrobinę wystający brzuch. Ich życie rodzinne przedstawiane jest w tych pismach jako idylla, podtrzymując przekonanie, że posiadanie dzieci jest dla kobiety nie tylko prawdziwym spełnieniem, ale także czystą przyjemnością. Więc może warto okazać trochę sprytu i wykorzystać ten sposób osiągnięcia społecznego szacunku?

Mimo niepokojącego klimatu społecznego wskaźniki nie rosną – każdego roku notuje się we Francji kilka tysięcy ciąż u nastolatek, 10 razy mniej niż w Stanach Zjednoczonych. Ale dla kobiet w każdym wieku założenie rodziny zdaje się być synonimem szczęścia. Na rynku pracy są na szczycie jeśli chodzi o niskie zarobki i brak bezpieczeństwa, więc zatrudnienie przestało być dla nich, jak było dla feministek z lat 70., gwarancją finansowej niezależności.



Tyle o mamie, teraz o dziwce. W lutym wszedł do kin „Sponsoring” Małgorzaty Szumowskiej, fabuła na temat prostytucji wśród studentek – zjawiska, które do tego stopnia przybiera na sile, że niektóre wydziały na uczelniach prowadzą kampanie prewencyjne. Jedna z dwóch bohaterek dorastała w bloku, właśnie powinna przygotowywać się do egzaminów, ale pracuje w fast foodzie, więc brak jej czasu na naukę. Druga przyjeżdża na studia z Polski i dowiaduje się, jakie są ceny

wynajmu pokoju w Paryżu. Przypadkiem obie zauważają, że mniej lub bardziej zamożni mężczyźni chętnie podzielą się swoimi dochodami w zamian za kilka chwil cielesnej rozkoszy. Najwyraźniej świat nie jest taki zły...

Z dziewczynami kontaktuje się dziennikarka z pisma „Elle” (Juliette Binoche), spięta damulka, pełna współczujących przesądów, która nie doznała erotycznego zatracenia, albowiem nigdy nie zdarzyło jej się kupczyć swoimi wdziękami. Film powiela mizoginiczne wyobrażenia związane z prostytutką: klient, sfrustrowany burżuj okazuje się człowiekiem wrażliwym i zranionym, z duszą dziecka; za to sfrustrowana burżujka jest żalosną idiotką, postacią groteskową. Sama jest winna swojej niedoli (niezbyt poważnej), bo zaniedbała najświętsze obowiązki. Poznając bohaterki swojego reportażu dziennikarka uświadamia sobie – jak pisze krytyk w „Téléramie” (z 1 lutego 2012) – że „nie pojmuje już tego, o czym te dziewczęta mówią jej z taką łatwością – dawania przyjemności”. Dawania, zaznaczmy, nie dostawania. Film konserwuje to podporządkowanie, pokazując prostytutkę jako prawdę seksualności.

Sceny z klientami pełne są poruszającego człowieczeństwa, uroczej figlarności, szatańskich transgresji i miłosnych piosenek z akompaniamentem gitary. Obrazek bliski tego, jaki widzieliśmy w materiale pt. „Call girls” w „Expressie” (12.02): „Elegancka i wyzwolona kobieta lekkich obyczajów znalazła swoje miejsce w przestrzeni kobiecości, na tej samej zasadzie co samotna matka – którą zresztą czasem jest, finansowe braki obligują” – czytamy w tygodniku. „Finansowe braki” – subtelnie mówi się o tych sprawach.

W tym samym momencie była luksusowa prostytutka Zahia Dehar, która w 2009 r., jako nieletnia, została „prezenterką” dla piłkarza Francka Ribéry, znalazła się na okładce modowego dodatku do „Libération” („Next”, 4.02.2012) demonstrując tam bieliznę z wyższej półki. Projektant mody Karl Lagerfeld stwierdził, że wpisuje się ona „w linię

francuskich kurtyzan”, „tradycję bardzo francuską, przez cały świat podziwianą i naśladowaną”. Dziennikarka z prezentującej ją gazety uważała, że jej historia to „powiew świeżego powietrza” w społeczeństwie „zastygłych ról”. Jak widzimy droga społecznego awansu stoi otworem...

O ile nie wszystkie kobiety dają się uwieść tej „współczesnej bajce” (tytuł artykułu o lansowanej ex-call girl), o tyle wszystkie zachęcane są z uporem wartym lepszej sprawy do troski o swój wymiar przedmiotowy raczej niż podmiotowy. Kryteria piękna i ubioru określające bardzo skodyfikowany sexy wygląd, którego się od nich oczekuje, narzucane są często od najmłodszych lat i na ogół z ich pełnym zaangażowaniem – moda i uroda mają być biletem do awansu społecznego, a zarazem ucieczką do świata marzeń [2].

Tak więc kryzys, rozumiany jako brak perspektyw dla jednostek i zbiorowości, zdaje się reaktywować kobiecość w swym najbardziej archaicznym wydaniu, postrzeganą jako atut w surowym, nastawionym na rywalizację, bezlitosnym społeczeństwie. Pozwala ona schronić się („w ciepłe domowego ogniska”) lub wywalczyć sobie miejsce (dzięki wachlarzowi zachowań typu femme fatale). Kobiecość taka, czy włoży maskę matki, czy dziwki, zawsze definiuje się poprzez potrzeby i oczekiwania innych. Te, które się do tego modelu dostosują, muszą schować głęboko swoje własne pragnienia, opinie i ambicje. „Daleko odeszliśmy od ideałów dawnych bojowniczek, kobiet wyzwolonych, intelektualistek.

Kobiecość zdaje się podpadać dziś pod jedną tylko definicję – uwodzenie, i mieć jeden tylko cel – macierzyństwo. Najpierw mężczyźni i dzieci [3]!” – pisze Maryse Vaillant, która widzi, jak intelekt i seksualność wciąż są cenzurowane. Zahia Dehar opowiadała w dodatku „Next”, że jako mała dziewczynka, w Algierii, była „najlepszą uczennicą w klasie”. Lubiła matematykę i chciała zostać pilotem...

Wykonywać zawód, który lubisz, istnieć społecznie nie tylko

dzięki kompetencjom związanym z macierzyństwem, seksem czy uwodzeniem i zdobyć w ten sposób finansową niezależność pozwalającą ci sypiać z osobami, których pragniesz – dla kobiety, zwłaszcza nie urodzonej w złotym czepek, to nigdy nie było łatwe. Ale teraz przestało być nawet celem.

Autorka: Mona Chollet

Tłumaczenie: Anastazja Dwulit

Zdjęcia: filmy „17 filles” i „Sponsoring”

Źródło: [Le Monde diplomatique – edycja polska](#)

PRZYPISY

[1] „17 filles et pas mal d’objections”, 1.01. 2012, Peripheries.net.

[2] Beauté fatale. Les nouveaux visages d’une aliénation féminine, Zones/La Dé-couverte, Paryż 2012.

[3] Maryse Vaillant, Sexy soit-elle. Propos sur la féminité, Les Liens qui libèrent, Paryż 2012.