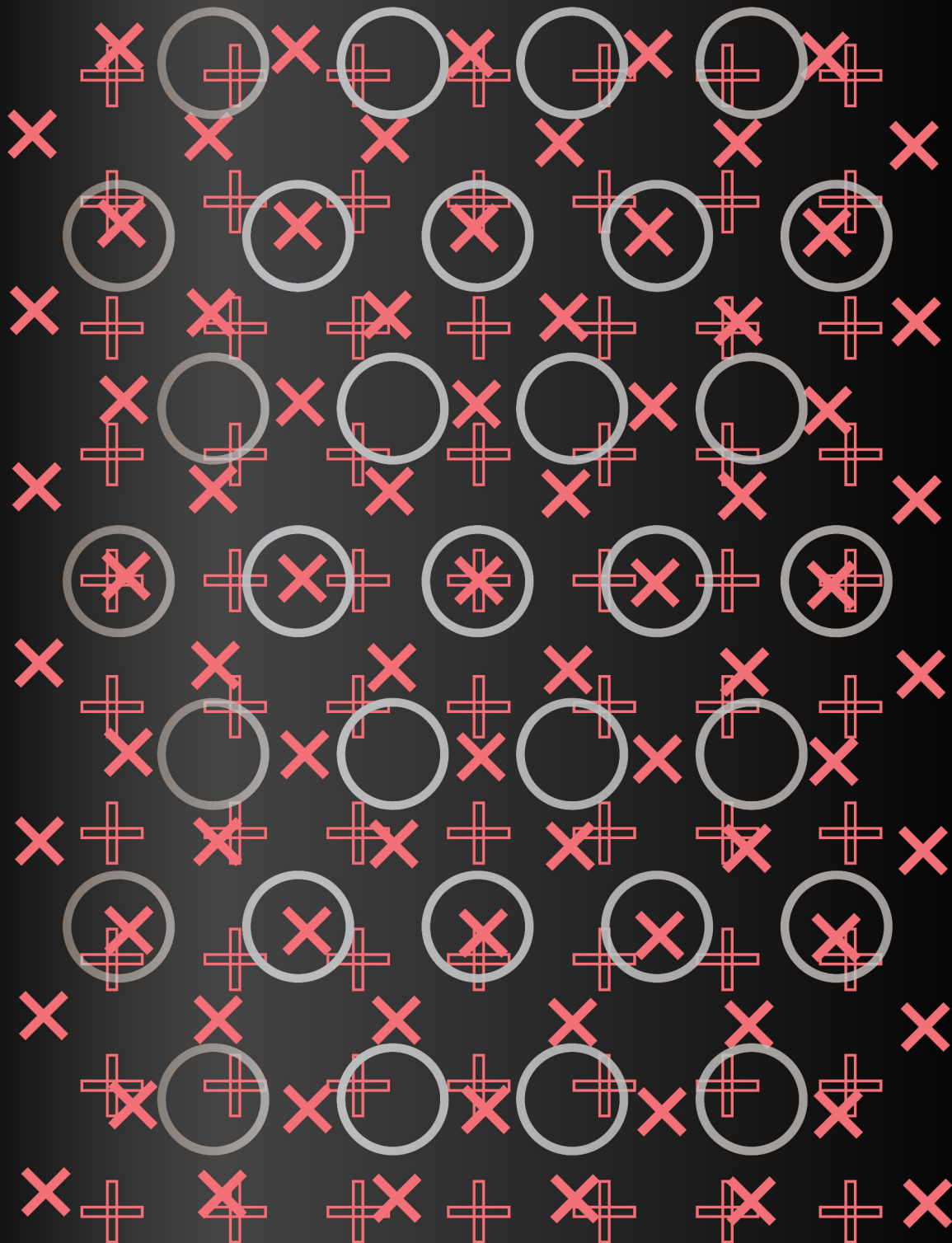


DIACFENŐ

11/01-02

a designkultúra folyóirata
_szárdászt



Impresszum

DISEGNO - a designkultúra folyóirata /
DISEGNO – review of design culture
II. évfolyam 1-2. szám

Szaklektorált szabad hozzáférésű tudományos folyóirat / Double blind peer reviewed open access
scholarly journal. Kereskedelmi forgalomba nem hozható. / Not for commercial use.

A szerkesztőbizottság tagjai / Editorial Board

Victor Margolin, Professor Emeritus, University of Illinois
Jessica Hemmings, Head of Visual Culture, National College of Art and Design, Dublin

Szerkesztők / Editors: Fiáth Heni, Gyenge Zsolt, Szentpéteri Márton
Arculatterv, tördelés / Graphic Design: Skrapits Borka
Projektmenedzser / Project manager: Fazekas Ildikó

Célkitűzések / Aims and Scope

A Disegno alapítószerkesztőinek célja, hogy egy a kreatív szakmai és tudományos világban meghatározó szerepet betöltő, szemeszterenként megjelenő, lektorált (ti. double blind peer review) szabad folyóiratot (ti. free journal) hozzon létre a designkultúra nemzetközi rangú képviseletére és kritikai természetű analízisére. A designkultúra fogalmát tágan értjük: célunk a tervezett környezet, s a vele kapcsolatos praxisok és diskurzusok világának együttes vizsgálata. Ez a szemlélet túllép a művészet, a vizuális kultúra és a design világának megkülönböztetésén, s a kreativitáshoz kötődő témák összessége iránt fogékony. Poszt-diszciplináris szellemi vállalkozásunk a designkultúra minden potenciális szereplőjétől – gyakorló alkotóktól, teoretikusoktól, kritikusoktól, menedzserektől és oktatóktól – vár kritikai természetű tanulmányokat, esszéket és recenziókat. Amellett, hogy ily módon vitaforumot biztosítunk a designkultúrával törődő szerzők számára, különleges célunk, hogy a designkultúráról folyó beszéd létjogosultságát erősítsük a hazai tudományosságban, s így a témával kapcsolatos téves előítéletek és igen gyakran félrevezető beidegződések kritikáját nyújtjuk olvasóink számára. A Disegno nyomtatott és online formában - a közpénzből létrehozott kulturális termék elvének megfelelően - ingyenesen elérhető.

Anyanyelvi lektor / Hungarian reader: Bárdkai Júlia

Kapcsolat / Contact

Moholy-Nagy Művészeti Egyetem, Elméleti Intézet, 1121 Budapest, Zugligeti út 9-25.
Szerkesztőség: disegno@mome.hu

A Disegno teljes tartalma elérhető ingyenesen a következő honlapon / the full content
of Disegno can be accessed online: **disegno.mome.hu**

Felelős kiadó / Published by: Fülöp József

Kiadó / Publisher: Moholy-Nagy Művészeti Egyetem, 1121 Budapest, Zugligeti út 9-25.
Nyomda: DEMAX MŰVEK Nyomdaipari Kft.

ISSN: 2064-7778

copyright©text and design 2015 Moholy-Nagy Művészeti Egyetem



MOHOLY-NAGY MŰVÉSZETI EGYETEM
MOHOLY-NAGY UNIVERSITY OF ART AND DESIGN BUDAPEST



Tartalom

006 Sztárdászt - az olvasóhoz

tanulmányok

- 010** Graeme Turner: Celebritástudományok – néhány megközelítés
026 Boris Groys: Öndesign és esztétikai felelősség – Az őszinteség előállítása
044 Donald Norman: A design három szintje
066 Peter Lloyd – Dirk Snelders: Mire gondolt Philippe Starck?
082 Zsigmond Andrea: Az író meg a színészt félnetek (nem) kell
– A kultikus magatartás vizsgálata
102 Szentesi Réka: A női test mint státuszszimbólum – A fűző imázsépítő szerepe
a 19. század második felében
118 Margitházi Beja: Imázs, test, póz – A filmsztárság szerepe a várandós test
médiareprezentációjában
142 Lawrence Kramer: Liszt Ferenc és a virtuóz nyilvánosság –Látvány
és hang a tömegszórakoztatás felemelkedésének korában

esszék

- 176** Beck András: Cage nevet
192 Pfsztner Gábor: Képben lenni – Celebritás és a fotográfia
212 Babarczy Eszter: Én is a Maladypét nézem

kritika

- 222** Mítoszrombolás – Mihály Kamilla kritikája a Budapest Design Hét 2014
nyitókiállításairól

interjú

- 226** Horváth Olivér: A Dűne. Jurgen Beyjel Horváth Olivér beszélgetett
236 A designkultúra új nyelvet beszél. Guy Julier-vel Szentpéteri Márton
beszélgetett

242 szerzőink

A Disegno szerzőiről és szerkesztőiről

245 szerzői felhívás

IMÁZS, TEST, PÓZ

A FILMSZTÁRSÁG SZEREPE A VÁRANDÓS TEST MÉDIAREPREZENTÁCIÓJÁBAN*

Margitházi Beja

ABSZTRAKT

Demi Moore 1991-ben megjelent várandós aktja a *Vanity Fair* címloldalán média- és fotótörténetet írt, a vele azóta is foglalkozó (nem csak) feminista tanulmányok, elemzések és médiatudományi értekezések reprezentációtörténeti jelentőségét és a várandós test új láthatóságának kialakításában betöltött szerepét hangsúlyozzák. Tanulmányomban ezen új láthatóságot stimuláló hatás összetettségét szeretném árnyalni akkor, amikor Moore (film)sztárságának egyedi vonásait és a „várandós akt”-trendet folytató későbbi címlapokat is beemelem a vizsgálatba. Ehhez először a sztárok, hírességek kutatásának főbb csapásirányait, lehetséges tematikáit áttekintve pozicionálom kutatásomat, majd felvázolom a várandósság vizuális médiareprezentációjának azon jellemzőit, melyeket a Moore-fotó értelmezése szempontjából fontosnak tartok. A címlap reprezentációs tartományokat ütköztető kompozíciójának elemzése után térek rá Moore sztárságának textuális (filmekből felépülő) és extratextuális (filmen kívüli, magánéleti) elemekből kirajzolódó test-koncepciójára, mely véleményem szerint közvetlen befolyással bírt a mai napig megjelenő várandós akt-címlapokra, miközben amellet érvelek, hogy trendindító hatása ellenére a várandós test reprezentációjában nem hozott valódi fordulatot.

#várandósság, #sztárság, #médiareprezentáció, #testkép, #várandós akt

A *Vanity Fair* történetének egyik legviharosabb epizódja a magazin 1991-es augusztusi borítójához kapcsolódik: a körülbelüli becslések szerint is 95 televíziós bejátszás, 63 rádióadás, 1500 újságcikk¹ és tucatnyi karikatúra kommentálta rögtön a megjelenése után, aminek következtében a lap legkeresettebb száma lett, annak ellenére, hogy több újságforgalmazó lánc is elfogadhatatlannak és provokatívnak minősítette, ezért nem vállalta az árusítását. Az akkor már sztárfényképésznek számító Annie Leibovitz által készített, majdnem egészalakos, színes fotón a *Ghost* (1990) sikere után közismertté vált, nyolc hónapos várandós Demi Moore látható – aki ezúttal meztelenül állt modellt a *More Demi Moore* című címlaphoz és belső lapokon közölt interjúhoz. A rögtön kirobbant és csak hetek múlva lecsengett botrányon, és azonnali reakciókon túl a kép média- és fotótörténetet írt, a vele azóta is foglalkozó (nem csak) feminista tanulmányok, elemzések és médiatudományi értekezések reprezentációtörténeti jelentőségét emelik ki, amelyet utóélete többszörösen is igazolt. Moore várandós aktjának hatása a 2010-es évek közepén, majd negyedszázaddal eredeti megjelenése után, egy digitalizáció és újmédiák által jócskán átitrt médiakontextusban is kimutathatóan tovább él, több szempontból is igazolva azt a jelentőséget, amelyet a kilencvenes években a feminista szerzők a meztelen várandós test új láthatóságának kialakításában tulajdonítottak neki.

Tanulmányomban éppen ezen új láthatóságot stimuláló hatás összetettségét szeretném árnyalni akkor, amikor az általam olvasott elemzéseket mintegy kiegészítve, Moore (film)sztárságának egyedi vonásait és a „várandós akt”-trendet folytató későbbi címlapokat is beemelem a vizsgálatba. Ehhez először a sztárok, hírességek kutatásának főbb csapásirányait, lehetséges tematikáit áttekintve pozicionálom kutatásomat, majd felvázolom a várandósság vizuális médiareprezentációjának azon jellemzőit, melyeket a Moore-fotó értelmezése szempontjából fontosnak tartok. A címlap reprezentációs kánonokat ütköztető kompozíciójának elemzése után térek rá Moore sztárságának textuális (filmekből felépülő) és extratextuális (filmen kívüli, magánéleti) elemekből kirajzolódó test-koncepciójára, mely véleményem szerint közvetlen befolyással bírt a mai napig megjelenő várandósakt-címlapokra, miközben amellettt érvelek, hogy trendindító hatása ellenére a várandós test reprezentációjában nem hozott valódi fordulatot.

**A tanulmány befejezése idején a szerző Bolyai János kutatói ösztöndíjban részesült.*

¹ Carole A. Stabile 1992-es becslései, lásd Stabile 1992, 190.

² Egyre inkább összemosva szórakoztatás és politikai hír kategóriáit, lásd pl. sztárok társadalmi szerepvállalásait, politikai állásfoglalásait, másfelől pedig a politikusok magánéleti ügyeinek nyilvánossá válását (vö. Marshall 2006, 4., Turner 2010, 12).

³ Turner egy ausztrál és brit fiatalok körében végezett felmérésre utal, lásd 2010, 12.

⁴ A *Star Studies* filmtudományi fejlődéstörténetéről bővebben lásd Shingler 2012, 8–36.

⁵ Lásd P. David Marshall, Chris Rojek, Graeme Turner ezredforduló környékén megjelent könyveit. (Johannsson 2005, 1)

I. KONTEXTUS 1.: SZTÁRSÁG ÉS CELEBRITÁS TUDOMÁNYOS MEGKÖZELÍTÉSEI

„Semmi sem mutat arra, hogy a celebritás kultúrájának terjedése elérte volna a határait” – írja Graeme Turner, a sztárkutatás egyik avatott szakértője a 2010-ben alapított *Celebrity Studies* folyóirat bevezető tanulmányában, pontos helyzetképet adva egy évtizedek óta elkezdődött, és intenzitásából valószínűleg a közeljövőben sem veszítő folyamat aktuális pillanatáról (2010, 11–20). És valóban, a színészek, énekesek, zenészek, modellek, politikusok, valamint a valóság- vagy egyéb tv-show-k szereplői éppúgy hétköznapi médiafogyasztásunk jellegzetes kísérőjelenségei, mint ahogyan tanulmányozásuk a humán tudományok egyik dinamikusan fejlődő, a kortárs kultúra és társadalom természetéről, működéséről sokat eláruló ágazata. A sztárok, hírességek, ismert emberek egyfelől nemcsak a bulvármagazinok kedvelt témái, hanem egyre inkább állandó fellépői a tömegmédia különféle írott és audiovizuális műfajainak (újságok, weboldalak, blogok, tv-hírek, -műsorok stb.), amelyeket nemcsak szórakoztató színpoltként, hanem a vezetőhírekbe ágyazódó, nem ritkán politikai vonatkozásokkal telítődő szereplőkként határoznak meg.² Az életükről, viselkedésükről, kinézetükről, véleményükről szóló, figyelemfelkeltés és fogyasztás szempontjából elemi fontosságú tartalmak a médiakonvergencia, a népszerű közösségi oldalak és azonnali kép- és videómegosztás korában az online felületen találnak igazi otthonra, amely újabb és változatos csatornákat biztosít az olvasói, rajongói csoportok kialakulásához, a sztárokhoz kapcsolódásához, miközben az ezredfordulón felfutó, nézettségi rekordokat döntő tehetségkutató-show-k világszerte felébresztették és folyamatosan stimulálják a tizenévesek jövőképét is kimutathatóan befolyásoló hírnév iránti „étvágyat”.³

A sztárok tudományos vizsgálata egyfelől a hatvanas években körvonalazódó kritikai kultúrakutatói trend egyik természetes következményének tekinthető, mégis alapvetően a filmtudomány kötelékében intézményesült: a hetvenes évekre *Star Studies* néven alakul jól körvonalazható ágazattá, mely a következő évtizedek terminológiai, módszertani és tematikai útkeresései után a kilencvenes évek végére jutott el a konszolidációig: az ezredforduló filmes enciklopédiáiban, mozgókép-tudományi tankönyveiben már kivétel nélkül önálló fejezetként jelenik meg.⁴ Mindezzel párhuzamosan a sztár és a hírnév a médiatudomány, a tömegkultúra- és reprezentáció-vizsgálat markáns témájává nőtte ki magát: míg a hetvenes években megszülető kanonikus szövegek szerzői (Daniel Boorstin, Francesco Alberoni, Richard Dyer) még elsősorban a hollywoodi sztárrendszerrel, a sztárok reprezentációjával foglalkoztak, a kétezres évek celebritás-szakirodalmi boomját a média- és kultúratudomány szélesebb társadalmi kontextust kibontó, politikai és gazdasági vonatkozásokra is kitérő megközelítései, a „celebrity culture” vizsgálata jellemzi,⁵ melyeket a *celebrity studies* (celebritástudományok) megnevezés foglal össze pontosabban. A hí-

rességek vizsgálata tehát az ezredfordulóra stabil helyet vívott ki magának akadémiai körökben: konferenciák közkedvelt témája, egyetemi kurzuskinálatok állandó szereplője világszerte; mérhetetlenül gazdag szakirodalmában egyre-másra megjelenő gyűjteményes kötetek próbálnak rendet vágni, szakértőit, módszereit és kutatási eredményeit a 2010 óta megjelenő *Celebrity Studies* folyóirat igyekszik közös platformra terelni.

A kutatások sokszínűségét a téma komplexitása és több megközelítési lehetőséget legitimáló sokoldalúsága generálja. A sztárjelenség egyrészt vizsgálható *historikus* kereszttmetszetben, olyan kérdésfelvetések mentén, mint a sztárok, a hírnév történelmi előzményei, mely tömeg és egyén viszonyának, a nyilvánosság változó fogalmának áttekintését feltételezi. Hogy ezen a téren csak a legtöbbet hivatkozott szerzőkre utaljunk, Leo Braudy például egyenesen az antikvitásig megy vissza, hogy egyes egyiptomi fáraókban, hadvezérekben, illetve vallási kultuszok karizmatikus vezetőiben találja meg a mai hírességek ókori elődeit, akik Nagy Sándorhoz hasonlóan széles tömegek előtt voltak képesek hatalmuk kifejezésére, tudatosan építve saját imázsukat, akár több földrészen is ismertséget szerezve.⁶ Ebből a historikus megközelítésből indítva térképezi fel például Daniel Boorstin 1961-es tanulmányában az olyan különböző egyéni sikertörténettel rendelkező „hőstípusokat”, mint Mózes, Ulysses, Aeneas, Jézus, Julius Caesar, Mohamed, Szent Johanna, Shakespeare, Napóleon vagy Lincoln, akiknek a helyét a 20. század elejére egyre inkább azok a „celebritások”⁷ veszik át, akiket már nem a teljesítményeik, hanem az imázsuk határoz meg, és akiket különféle pseudo-események segítségével már egyértelműen a média kreál: „A hős nagy ember volt; a celebritás a nagy név.”⁸ Több más szerző is (l. Joshua Gamson, Chris Rojek) egyértelműen a modern kori tömegkommunikáció és vizuális technológiai fejlődés szerepét hangsúlyozza ebben a folyamatban. A mai értelemben vett sztárok, illetve celebritások közvetlen elődeit egyértelműen a filmipar termelte ki, bő egy évtizeddel a film megjelenése után. Richard de Cordova éppen annak a folyamatnak a gyökereit veszi aprólékosan szemügyre 1990-es könyvében,⁹ melynek nyomán az 1910-es évek fordulóján a kezdeti névtelen filmszereplők a vásznon túl is érdeklődésre számot tartó, népszerű, ünnepezt figurák lettek, és az egész filmipar kulcselemévé váltak.

A sztárok kutatásával kapcsolatos *teoretikus* kérdések jelentik a másik csapásirányt, amelyet évtizedekig Richard Dyer hetvenes évek végén megjelent, szemiotikai megalapozású, a „sztár mint jel” gondolatát bevezető, korszakos szövege¹⁰ határozott meg, melyben a klasszikus hollywoodi sztár fogalmát személy, imázs, karakter, típus, színészi alakítás és szerzőiség kapcsolódó fogalmaira tördelve, több konkrét film-sztár példájával és egy Jane Fonda-esettanulmány segítségével tárgyalja. Dyer lényegében a reprezentáció természetét kutatja akkor, amikor rámutat arra az összetett folyamatra, amely során a filmben alakított szerepeken (*textuális* dimenzió, avagy *primér* szöveg) túl filmen kívüli

⁶ Bővebben erről l. Braudy 1997.

⁷ Az angol *celebrity* megnevezést (magyarul 'hírnév, híresség, híres személy') időnként 'celebritás'-ként (híres személy) fordítva említem. Mára a magyar nyelvhasználatban meghonosodott 'celeb' kifejezés elsősorban a „teljesítmény nélküli hírességekre” (Munk 2009) vonatkozik, de a bulvármagazinok időnként, a valóság- és tehetségkutató-show-kból megismert személyeken túl, ezzel a terminussal utalnak tévésekre (műsorvezetők, híradósok) és egyes színészekre is. A magyar terminológiáról lásd még Munk Veronika 2009-es összefoglaló tanulmányának idevágó alfejezetét.

⁸ L. a szerző sokat idézett könyvét: Boorstin 1961.

⁹ L. DeCordova 1990.

¹⁰ L. Dyer először 1979-ben megjelent könyve azóta többszörös újrakiadást, illetve számos utánnymást ért meg.

¹¹ Ezekről összefoglalót lásd: Munk 2009.

¹² Pl. tudományos ismeretterjesztő példával élve a vadvilág St. Irwin krokodilvadász személyén keresztül, a főzés, egészséges otthoni és iskolai étkeztetés Jamie Oliver példájával, stb. (Marshall 2006)

¹³ A témáról lásd még Blos-Jáni 2005.

¹⁴ Lásd pl. Gledhill ed. 1991. vagy McDonal 2000.

megjelenések, változatos médiaszövegek, azaz a sztárokat reprezentáló *extratextuális* tartalmak (tv-szereplések, egyéb sajtómegjelenések, kritikák, pletykálapok, nyilatkozatok, rajongói levelek és fórumok stb.) együttesen alakítják és befolyásolják mindazt, amit a sztárok jelentenek, amit róluk gondolunk. Ide, az elméleti kérdések körébe tartozik a sztárok, hírességek tipológiai osztályozása, mint pl. Chris Rojek, James Monaco, Graeme Turner és Dyer taxonómiai a sztárrá válás különböző eseteiről, illetve sztár és hírnév kapcsolatáról.¹¹ A celebritás médiatudományi megközelítése ugyanakkor felveti a tabloidizáció szerepét és befolyását a sztárjelenségre, és itt merül fel markáns extratextuális problémaként a botrányok szerepe, melyek egyfajta hasadásként jelennek meg a sztár imázsában, rávilágítva a hírességek hétköznapiságára, emberi vonásaira és a sztárság megkonstruáltságára, másfelől a negatív hírnév (pl. sorozatgyilkosok, bűnözők) problémájára.

Másik kutatási irány bontható ki a sztárok generálta *hatás* felértékepezéséből, mely többek között az egyes sztárok körül kialakuló rajongói kultúrák vizsgálatához vezet el. A *celebritástudományok* és az ún. *fan studies* között identitáselméleti vonatkozások is erősítik a kapcsolatot: David Marshall értelmezésében a hírnév, celebritás folyamatosan terjedő 20. századi diskurzusa tulajdonképpen az identitás több irányból (freudi pszichoanalízis, individualizáció, feminizmus stb.) is támogatott fogalmának központi pozícióját erősíti meg. Az individualitás esszenciális fontosságú a kortárs fogyasztói kultúrában, és elérendő cél a demokratikus társadalmi berendezkedésben – ilyen értelemben a hírességek az egyéniség olyan „hyper-verziói,” akik a polgár potenciális lehetőségeit testesítik meg a liberális kapitalista demokráciában. (Marshall 2006, 4) A tömegmédia számára a híres személy kézenfekvő eszköz a figyelem koncentrálására, így a sztárok, ismert emberek olyan közvetítők, gyűjtőlencsék lesznek, akiken keresztül bizonyos témák, problémák, szakterületek artikulálhatóvá, és így a nagyközönség számára is értelmezhetővé, érthetővé válnak.¹² A plasztikai sebészetig elmenő szélsőséges rajongás esetei mellett a filmszínészek, popsztárok sokak számára egyszerűen a „divat” és a „trend” megtestesítői: Farrah Fawcett hullámos haja, Kevin Costner Cézár-bretonja, Audrey Tatou Amélie-frizurája sokak számára lett követendő példa,¹³ egész generációk választásait határozva meg, a filmek, rajongás és divat közötti összetett és dinamikus kapcsolatról árulkodva.

Bár a sztárjelenség *gazdasági* vetületei mindig is egyértelműek voltak, ennek tudományos vizsgálata még távolról sem kimerített. A sztár – többek között – termék, jelenlegi és megbecsülhető jövőbeli árfolyammal, értékkel bíró árucikk: a rá épülő iparágban számtalan médiaműfaj (bulvármagazinok mellett tv-csatornák, talkshow-k, filmbemutatók körüli kampányok, werkfilmek, plakátok, trailerek stb.) munkálkodik a sztár imázsának építésén, a hírnév menedzselésén és „a közönség irányít” látszatának fenntartásán. A téma filmtudományban elkezdődő feldolgozását¹⁴ követően Graeme Turner, Frances Bonner és David P. Marshall 2000-ben megjelent közös könyve volt az első olyan

monografikus mű, mely kifejezetten a gazdasági-ipari háttérrel, a menedzserek, ügynökségek szerepével foglalkozva próbálta meg átláthatóvá tenni azt, hogy impresszáriók, újságírók, PR-osok és ügynökök összehangolt munkája hogyan tartja folyamatos mozgásban ezt a multinacionális rendszert (Turner–Bonner–Marshall 2000).

A markánsabb csapásirányokat kiemelő áttekintésből is látható, hogy mára a *celebritástudományok*, ha nem is mindent kimerítően, de a sztárjelenség számtalan részterületét megnyitották a kutatás számára. Az ezredfordulóra túl van már az érdek alapján elért (tehetség, eredmények) és teljesítmény nélküli hírnév következményeinek megértésén, kilépett a Hollywood-centrikus filmsztár-vizsgálatból, érvényre juttatta a gender szempontokat,¹⁵ és számot vetett a globális–lokális kontextusok fontosságával¹⁶ és azzal, hogy másként alakul a hírnév szerkezete a sportban, popzenében, divatvilágban, politikában, irodalomban, művészetben, vallásban, vagy az üzleti és az akadémiai életben. Az összképen végigtekintve Turner kiemeli a monografikus terjedelemben is érvényesülő textuális és diszkurzív elemzések túlsúlyát, és a jelenség összetettségét látva kortárs kontextusban a multidiszciplináris, konjunkturális és többtényezős megközelítéseket szorgalmazza. Külön aláhúzza két már kutatott, de növekvő jelentőségű szempont érvényesítésének szükségességét: a globalizálódó média- és szórakoztatóiparban a celebritások mögötti vállalati összefonódások, gazdasági érdekek és folyamatok kutatását (1), valamint a hírességek közvetlen társadalmi és kulturális hatásának vizsgálatát (2). (Turner 2010, 15–16) Ez utóbbival, a médiafogyasztás rajongói kultúrákra, fiatalok jövőképre, a szexualitáshoz való viszonyra tett hatásaival sokan foglalkoznak ugyan, de egy-egy műfaj (pl. valóságshow) követéses hatásvizsgálatát Turner elemi fontosságúnak látja a folyton változó kortárs médiakontextusban. A Moore-féle magazinborító hatását árnyaló vizsgálatom a továbbiakban a Turner által másodikként említett irányhoz csatlakozik, amennyiben választott módszerem szerint először a várandósság vizuális reprezentációjának társadalmi-kulturális vonatkozásait tekintem át röviden, hogy aztán Moore sztár-imázsának elemein keresztül a közvetlenül általa elindított trend főbb tulajdonságait jellemezhessem.

II. KONTEXTUS 2.: A VÁRANDÓSSÁG ÁBRÁZOLÁSI KONVENCÍÓI ÉS VIZUÁLIS REPREZENTÁCIÓI A MÉDIÁBAN

A várandós test ábrázolása a történelem során sokáig elsősorban az orvosi és az ehhez tartozó egészségügyi szakirodalom kiváltsága volt, ezen kívül vallásos képzőművészeti alkotásokon (festmények, szobrok) tűnt fel a szűkebb vagy szélesebb nyilvánosság számára. Ez egyúttal a reprezentáció két eltérő módját jelentette: míg az orvosi és egészségügyi irodalomban inkább a várandós testek klinikai szempontból tárgyalható kóros, abnormális eseteinek szentelnek leírásokat, illetve ábrázolásokat, a művészeti alkotások sokáig a Madonna-, Szűzanya-ábrázolások hatását tükröző idealizált megjelenítésekkel dolgoztak. A

¹⁵ Lásd pl. Stacey 2004. vagy Negra–Holmes 2011.

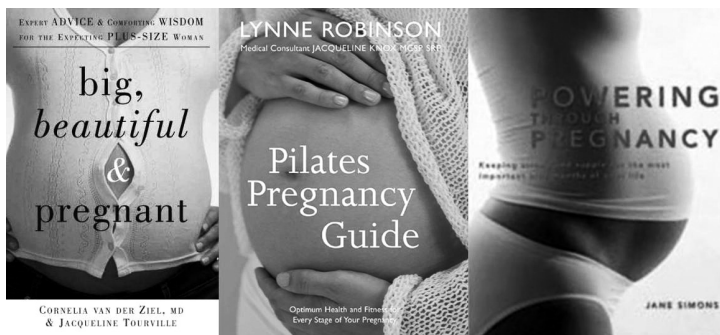
¹⁶ Lásd pl. Turner–Bonner–Marshall 2001.

¹⁷ Számtalan kutatás kapcsolódik ehhez, a probléma összefoglalását lásd.: Levine–Harrison 2009.

személyesebb, egyéni élettörténetekhez kapcsolódó ábrázolások a 19. század végétől, a női művészek megjelenésével párhuzamosan, anyaságot tematizáló önarcképek, életképek formájában jelentek meg (l. erről bővebben Betterton 2002). Mindettől függetlenül a karcsú testalkatot preferáló nyugati kultúrában a várandós testhez, felöltözött formában is, sokáig a félelmetesség, nemkívánatosság és kényelmetlenség képzei társultak. (Stabile 1992, 191–192) A tömegmédia elterjedése sokáig nem hozott változást a várandósság képi megjelenítésének gyakoriságában, de az 1990-es évek elején beindult életstílus-magazinok dömpingje óta a terhesség reprezentációja, jócskán maga mögött hagyva a hagyományos orvosi abnormalis és kóros ábrázolásokat, érezhetően a glamour-fotók felé mozdult el. A női test általános megjelenítéséről elmondható, hogy az ezredfordulóra a médiában, különösen a reklámokban továbbra is túlnyomórészt az ideális (arányos, karcsú, csinos) női testalkat reprezentációival találkozunk. Széles körben elismert, sok kutatás által megerősített az a feltételezés, hogy ezen reprezentációk hozzájárulhatnak a testképben kialakuló zavarokhoz, étkezési rendellenességekhez, különösen a fiatal nők körében, bár e hatásokat nem lehet közvetlenül és egyértelműen bizonyítani minden egyedi esetben.¹⁷ A várandósság ebben a kontextusban ellentmondásos pozíciót foglal el: miután a reprezentáció konvenciói évszázadokig a várandós testek szociális tabuk övezte láthatatlanságát erősítették, a 20. század végére, a másik végletig eljutva, az állapotosság képeivel tele van a tömegmédia. Azonban míg a gyerekvárás és a szoptatási időszak azon kevés ideiglenes állapotok egyike lehetne, melyek idejére átmenetileg felfüggeszthetők az ideális női testre vonatkozó szabályok és elvárások, a médiában a várandós testre is kiterjesztett idealizáció következtében ez a „felszabadulás” elmarad. A várandósság vizuális „publicitásának” egyik következményeként a gyerekvárás időszaka egyre kevésbé intim, személyes, befelé koncentráló testi élmény megélését jelenti; erre a periódusra is érezhetően rányomja a bélyegét az ideális – várandós – testtípussal való ön-összehasonlítás nem is minden nőben tudatosuló, de meghatározó élménye. Lisa O’Malley *Does My Bump Look Big in This?* című 2006-os tanulmányában ír arról, hogy a várandós testek mediabeli reprezentációi milyen mély hatással lehetnek a női test és az anyaság intézményének társadalmi megítélésére, mely arra is kihathat, hogy a nők saját gyermekvárásuk megélésében is kénytelenek folyamatosan oda- és visszacsatolni a valóság és azon elképzelések között, ahogyan a terhességet át „kellene” élni. A kortárs nő saját terhességét szakértői könyvek, várandósoknak szóló női magazinok, a népszerű sajtó, a reklámok és honlapok által megjelenített ideálok vonatkoztatási rendszerében éli és tapasztalja meg – amelyek hatása különösen az első terhessé-
güket viselő (*prima gravida*) nőkre lehet meghatározó, akik ezen külső információforrásokra támaszkodva fejleszthetik ki saját „normális” vagy „deviáns” tapasztalataikat a gyerekvárásról. (O’Malley 2006)

Ha külön-külön vetünk egy pillantást a kifejezetten a várandós nőknek szánt ismeretterjesztő, tájékoztató könyvek, magazinok vi-

zuális terheesség-reprezentációira, és a várandós nők általában vett vizuális megjelenésére pl. a reklámokban, az idealizáció lényegét tekintve azonos, csak árnyalatokban különböző eseteit láthatjuk.¹⁸ A várandósoknak szóló könyvek borítói gyakran figyelhető meg az a színekdochikus-metonimikus vizuális retorikai eljárás, melynek során a terheességet, gyerekvárast „rész az egész helyett” alapon a várandós has idealizált, *linea negrától* és striáktól mentes közelképe jeleníti meg. Ezeket a képeket szimmetria, harmónia, puha kelmék és pasztellszínek használata jellemzi (1. kép), és jól szemléltetik azt, ahogyan – Susan Dobscha megfogalmazásában – a média az új anyáknak szánt magazinok tucatjainak dömpingjével „hollywoodizálta” a közeledő anyaságot. (Dobscha 2006)



1. kép

Hasonló tendencia figyelhető meg a Magyarországon megjelent „mamamagazinok” közül a *Fitt Mama* és *Kismama* vizuális reprezentációi esetében.¹⁹ A *Fitt Mama* (az angol *Fit Pregnancy* honosított, magyar változata) a *Shape* magazin kiadványa azoknak a nőknek, akik „fittek és egészségesek” szeretnének maradni várandósságuk közben és szülés után is. A magazin sok szempontból idealizált anyaságot, testiiséget mutat be; a várandós testek öt különféle formában jelennek meg a magazinban: reklámokban (1), javasolt tornagyakorlatok fotóin (2), divatfotókon (3), saját összeállítások illusztrációin (4), illetve az olvasói történetekhez mellékelten (5). Ez utóbbiak kivételével, melyeket maguk az olvasók küldenek magukról, csupa fiatal és karcsú testalkatú modell jelenik meg, akik éppen várandósak, de megnövekedett pocakjukon kívül minden egyéb testrészük változatlanul vékony, filigrán, modellszerű (2. kép).



2. kép

¹⁸ A téma részleteiről a *Test-forma-tartalom. Test-reprezentáció a várandósoknak szóló női magazinokban* című előadásomban beszélttem. (Margitházi 2007)

¹⁹ A vizsgálatban a *két lap (Kismama, Fitt Mama) 2004–2007 közötti évfolyamainak fotografikus várandósság-reprezentációit hasonlítottam össze, elsősorban a várandós testek formáira, arányaira, a magazinban megjelenő modellek testalkatára, pózaira koncentrálna, l. Margitházi 2007.*

Feltűnő az is, hogy a modellek főként a harmadik trimeszterben (a terhesség 6–7. hónapjában) járnak: ebben az időszakban a megnövekedett has már hangsúlyos, jól látható, de egyúttal az a kontraszt is erősebb, mely a karcsú termet és a kigömbölyödött pocak között áll fenn. A terhesség ilyenfajta vizuális reprezentációja nyomokban sem utal a 9 hónap során fellépő olyan testi változásokra (végtagok dagadása, megvastagodása, hízás, mellék megnövekedése, arc kigömbölyödése), melyekkel a legtöbb nőnek, ha csak ideiglenesen is, de ebben az időszakban szembesülnie kell. A teljességében magyar eredetű, magát „várandós és kisgyerekes szülők magazinja”-ként aposztrofáló *Kismama* fotográfikus terhességreprezentációi némileg variáltabbak, de így is idealizmusba hajlóak; a torna- és a divatrovatban is a megjelenő várandósok természetesebb, nem feltétlenül karcsúságukkal, légiességükkel kitűnő hús-vér modellek (3. kép).



3. kép

Az egykor szégyellnivaló és a közmegegyezés szerint inkább az intim szférába, magánéletbe visszaszoruló állapot tehát a kortárs tömegmédiában ünnepeletté és kíváncsisággal övezetté vált. A terhes test nyilvános reprezentációjában a meztelen pocak megjelenése egy olyan későbbi fejlemény, melyet a várandós viselet divatjában lezajlott koncepcióváltás előzött meg. Míg az állapotos „divat” az ötvenes-hatvanas években is a pocak jótékony elfedésével volt elfoglalva, a nyolcvanas-kilencvenes évek fordulójára az egyre inkább a várandós testre simuló, annak gömbölyűségét, a megnövekedett pocakot egyre erőteljesebben kihangsúlyozó ruhaviselet honosodott meg. Az ezredfordulóra nemcsak a várandósság médiareprezentációi szaporodtak

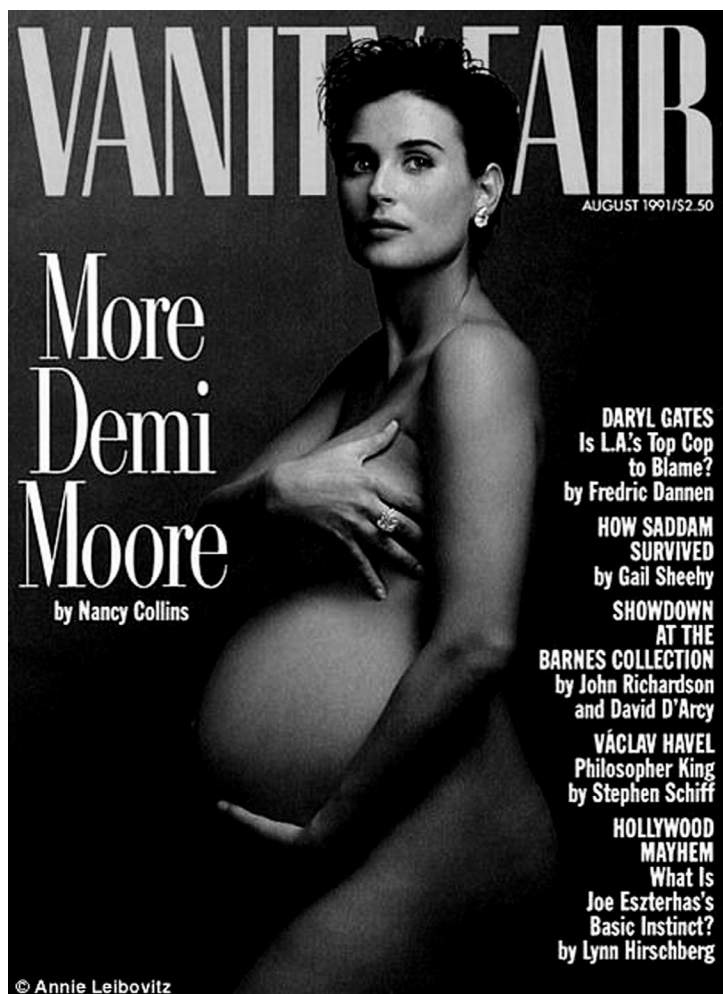
meg feltűnően, de megszokottá vált a várandós test egyes részleteinek a megmutatása, a meztelen pocak nyaranta a strandokon, akár utcán, köztereken való feltűnése, illetve a tömegmédiában, az online közösségi felületeken való megjelenése. A jelenséggel párhuzamosan az ezredforduló körül élenkült meg a feminista filozófia és kultúrakutatás érdeklődése az anyai test, a magzat és a várandósság vizuális reprezentációi iránt (l. Tyler 2001; Betterton 2006). A folyamatszerűen lezajlott, drámai változásokban több feminista szerző is korszakalkotó fontosságot tulajdonít Demi Moore címlapfotójának, mely egyesek szerint nyíltan provokálta a várandósság évszázados tabuját, a hidegháborús Regan-éra alatt megerősödött patriarchális értékrendet, mások szerint viszont tárgyasítozta és médiaterméké tette az állapotos testet. Részben egyetértve Susan Dobscha azon megállapításával, mely szerint a *Vanity Fair* címlapja felgyorsította azt a folyamatot, melynek során a várandós nő testének „új láthatósága” alakult ki a különböző kulturális reprezentációkban (Dobscha 2006), a továbbiakban a fotó kompozíciós elemzése után fogok rátérni ennek a hatásnak az árnyalására.

²⁰ Fotós körökben bevett szóhasználat, lásd: <http://en.wikipedia.org/wiki/Handbra> (Utoljára megtekintve: 2015.01.06.)

III. A FOTÓ: PÓZ ÉS KOMPOZÍCIÓ

A kép botrányt kavará hatásának egyik oka ellentéteket ütköztető kompozíciójából következett, melyet a kilencvenes évek elején nehéz is lehetett rögtön helyesen olvasni és értelmezni. Ekkorra a női akt festészeti és fotográfiai műfajként való elfogadása már rég lezajlott ugyan, de a várandós nő képi megjelenítése épp csak elkezdett beszívárogni a reklámokba, magazinokba, filmekbe. Moore várandós aktja (egyszerre terhes és meztelen) tehát ehhez képest is tabusértőnek tekinthető, amit tovább fokoz intimitást, ártatlanságot sugalló, de exhibicionizmust és erotikus tartalmat is hordozó póza.

A fotón látható testtartás egyértelműen a várandósságot hangsúlyozza az oldalról látható, erőteljesen kidomborodó pocakkal. Moore „viselete” mindössze néhány gyémánt ékszerre (fülbevalók és gyűrű) korlátozódik; jobb karjával és tenyerével *handbra*-tartásban²⁰ fedi le melleit, egyszerre sejtetve és elfedve azokat; bal karja alulról öleli át, tenyerével mintegy megtartva hasát. Az azóta ikonikussá vált póz a kéztartásokkal egyértelműen a várandósság következtében megváltozott méretű testrészeket (mellek, has) takarja és hangsúlyozza, nőiességet, termékenységet sugallva, miközben önnön testi állapotával tisztában lévő öntudatosságot, bátorságot, büszkeséget fejez ki, amit a kissé felfelé emelt fej és kamera felé fordított arc, de azzal nem szembenéző, kifelé pillantó tekintet is megerősít. A saját test érintését, átölelését a meztelenség indokolja, a nemi szervek takarásával a kép – a póz lehetséges pornografikus olvasatát kizárva – egyértelműen visszafogott aktként definiálja önmagát. (4. kép)



4. kép

A valahova fel- és a képből kifelé irányuló tekintet nem keresi a kapcsolatot a nézővel, miközben tudatában van a nézettségnek, ezért is takarja el melleit. Az egyenesen a kamerába néző Moore tekintete erőteljesen megváltoztatná a kép összehatását, melyből így nyílt provokációt, szexuális felhívást is ki lehetne olvasni. A fotót elemző Imogen Tyler szerint a képet mégis egyfajta feszültség, ellentmondás jellemzi, mely a feltárló meztelenség és a messzibe révedő tekintet és fejtartás között áll fenn. Tylert ez a tekintet a Julia Kristeva által leírt Giovanni Bellini-féle Madonna-festményeken látható nézőmódokra emlékezteti, melyeken az áldott állapotban lévő Szent Szűz passzív, mindenféle erotikus tartalmaktól mentes pillantással néz félre, fel, le vagy el a semmibe. (Tyler 2001, 75) Mivel azonban a fotón mindez egy meztelen várandós testben folytatódik, Moore fotóján anyaság és eroticizmus abban a pillanatban publikus reprezentációs keretben

nehezen összeilleszthető fogalmai feszülnek ellentmondásba. Korabeli kontextusban ez a közönség nagyobb része számára egyértelmű provokációként nyilvánult meg; Amerikában több újságos is a pornográf kiadványok közé helyezte a standján (Tyler 2001, 75), aminek következtében a kiadó plasztikborításban, a címdalt fedő barna papírcsíkkal forgalmazta újra, mely csak Moore arcát és a magazin fejlécét engedte látni. Ez a gesztus azonban, miközben elismerte, vissza is vonta a „provokatív” elemet, és lényegében megerősítette a meztelen állapotos test tabu-státusát (Tyler 2001, 75), ugyanakkor pontosan az egyik ellentét mentén „vágta el” a képet, csak a Szent Szűz-fejtartást hagyva szabadon belőle.

Bár Moore nyilatkozata és a *Vanity Fair* akkori szerkesztője, Tina Brown megerősítése szerint egy „anti-glitz, anti-Hollywood”²¹ látvány megvalósítására törekedtek, ami a kellékek hiányában, letisztult kompozícióban, semleges háttérben nyilvánult meg, a csillogó bőrrű, kilencvenes évekbeli karrierje előszobájában álló, megjelenését kemény edzésekkel²² kordában tartó Moore fotója a terhes test ideális pózba merevedett hollywoodizálásának – korábban más médiumokban már elkezdett – folyamatában lett aktív közreműködő.

IV. A MOORE-IMÁZS ÉS A FOLYAMATOSAN ÚJRATERVEZETT TEST

Bár a várandósság nyilvános reprezentációja iránt az utóbbi két évtizedben különösen megnőtt az érdeklődés a feminista médiatudomány körében,²³ a Moore-fotó által kiváltott hatás, és általában a terhesség és sztárság közötti kapcsolat vizsgálata még nem olyan népszerű kutatási téma a star studies berkein belül. Ezzel párhuzamosan viszont a kétezres évektől a celebritástudományok jellegzetes témájaként egyes hírességek (elsősorban popsztárok, modellek, politikusok) kapcsán elkezdődött várandósság és hírnév összefüggéseinek, kölcsönhatásának értelmezése.²⁴

Moore fotójához egyaránt izgalmas és termékeny értelmezési keretet jelenthet már a Laura Mulvey által felvetett, filmekre vetített feminista-pszichoanalitikus fogalomkészlet is (nárcizmus, identifikáció, voyeurkodás, fetisizmus, a nő mint látvány), én most mégis Richard Dyer imázs-fogalmát használva szeretném megvizsgálni a fotó hatásának lehetséges okait. Dyer sztárokról szóló könyvében imáznak (*image*) nevezi azt a több médiaszöveg által kirajzolt összképet, amely a típusnál komplexebb fogalomként alakítja a sztárról alkotott összbenyomást. Négy fontosabb, imázst alakító médiaszöveggé a megfontoltan, előre megtervezett promóciókat (*promotion*) (1), a sztárról nyilvánossá váló (elsősorban magánéleti) információkat (*publicity*) (2), valamint magukat a filmeket (3) és az ezekkel kapcsolatos kritikákat, kommentárokat (4) nevezi meg. (Dyer 1999, 60–63) A várandósság azért strukturálja át érdekesen ezt a felállást, mert a női sztár esetében egy természetes, erőteljes vizuális jegyekkel járó testi változás

²¹ Idézi Chambers 2009: 4.

²² Lásd erről Moore edzőinek könyvét, Parr–Hose 2008.

²³ Lásd pl.: Tyler 2000.; Cross–Pattison 2007.; Podnieks 2012.; Nash 2013.; Tropp 2013.; Boswell 2014.

²⁴ Lásd Nash 2005–2006., vagy szintén Britney Spears esetére reflektálva: Meyers 2009.; Deborah Chambers tanulmánya pedig, Moore és Spears példájára is kitérve, részletesen elemzi Rachida Dati francia külügyminiszter terhességének médiareprezentációját (Chambers 2009).

²⁵ Idézi a Moore-fotóról szóló Wikipédia szócikk: http://en.wikipedia.org/wiki/More_Demi_Moore#cite_note-StmFpatpod-16 (Utoljára megtekintve: 2015.01.10.)

fokozatos megnyilvánulásként önkéntelenül egy magánéleti információ publikussá válását eredményezi. Bár Dyer könyvének megírása óta Hollywood, a sztárság és a média szerkezete is sokat változott, Moore esetében a címlapfotóval járó botrány és megnövekedett nyilvánosság révén, várandóssága a sztárság összetett, egymást átjáró kontextusai között pozicionálódik, és mintegy bevonódik a filmek által előtte, közben és utána, a kilencvenes években is épített, „törékeny, de bevállalós nő” imázsába.

A 2010-es évek közepéről visszatekintve ez az imázs elsősorban a 2. és 3. dyer-i összetevő, a publikussá váló magánéleti, azaz filmen kívüli, extratextuális médiaszövegek és maguk a filmek, azaz a textuális dimenzió mentén rekonstruálható. Moore és a meztelen várandós akt körüli extratextuális tartomány a fotót megelőző és azt követő időszakban is igen gazdag: magánéletének részletei a nyilvánosság előtt is ismertek, a fotó elkészülésének pillanatában 28 éves Moore 1991-ben már négy éve a szintén A kategóriás sztár Bruce Willis felesége, és közismert, karrierje csúcsához közelítő filmsztár; férjével már egy közös gyereket nevelnek, hollywoodi körökben hosszúnak számító, majd tízéves házasságuk során pedig további két közös gyermekük lesz. Első születésének dokumentálását három operatőr végzi, a Leibovitz-féle fotózásról pedig egy évvel később Moore azt nyilatkozza, hogy szabadnak, csodálatosnak érezte magát, a képet pedig egészséges feminista megnyilvánulásnak nevezi.²⁵ A következő két évben Moore kétszer is újra szerepel a *Vanity Fair* címlapján, '92-ben, éppen egy évvel a várandós címlap után a *Demi's Birthday Suit* címen elhíresült, szintén botrányos fotóval, melyen újra meztelenül, születés előtti alakját visszanyerve látható, a Joanne Gair testfestő művész által felvitt, kigombolt öltönyös viseletben (fotó: Annie Leibovitz). Férfiasság és nőiség egyesítése ezen a fotón olyan test feletti uralmat, a szerepkörök közötti sikeres és gyakori váltás képességét sugallja, amelyben egymásra olvashatóak a korábbi és későbbi filmbeli és filmen kívüli vonatkozások. Moore korábban a nagy közönségsikert arató *Ghost* (1990) fiúsan rövid hajú Molly Jensenjeként vált igazán ismertté, akinek szenzibilitását és érzékiségét Moore expresszíven tolmácsolta, sok kritikus szerint karrierje legjobb alakítását produkálva. A kilencvenes években vállalt szerepei Moore férfiasabb vonásait erősítették fel, akár romantikus drámában, akciófilmben vagy thrillerben vállalt szerepet. A morális kérdéseket feszegető *Tisztességtelen ajánlat* (1993) fiatal feleségeként még az érzékeny-érzéki nő szerepében maradvá kerül szerelmi háromszögbe, és adja el testét egymillió dollárért, de *A skarlát betű* (1995) adaptációjában Hester Prynne-ként erős, öntudatos, érzéseit vállaló, szerelmes nőt és anyát alakít. Egyedülálló anyaként lánya visszaszerzéséért vállal sztriptízfellépéseket és veszélyes helyzeteket a *Sztriptízben* (1996), az évtized többi anyagilag sikeres filmje viszont kifejezetten az ezredfordulóra egyre erősödő férfias, rámenős imázst erősíti: JoAnne Galloway kapitányként az *Egy becsületbeli ügy* (1992) férfias világában tengerésztisztek között még tárgyaló-

teremben harcol az igazságért, a *Zaklatás* (1994) erőszakos, férfias Meredith Johnsonjaként viszont egykori szeretője feletteseként ki-méletlenül kihasználja és elnyomja a férfit. A femme fatale szerepet végleg maga mögött hagyva az évtized második felében a feminista-militarista *G.I. Jane* (1997) kopasz, kisportolt testű tengerészgyalogosaként tűnik fel.

A karrier központi évtizedében a kritikailag egyre rosszabb visszhangot kiváltó filmekkel párhuzamosan Moore egyre nagyobb és látványosabb erőfeszítéseket tesz, hogy testileg folyamatosan újra megtalálja és definiálja magát: a *Sztriptíz* egyes jelenetei és háromperces topless tánca kedvéért edzések és plasztikai műtétek sorát vállalja, melyek nyomán – a civilben háromgyerekes anyja – feszes izmokkal, nőiesen kerek idomokkal, tökéletesen gömbölyűre szilikonozott mell-lekkel teheti újra közszemlére testét, a *G.I. Jane* kedvéért pedig a testi erőt felmutató, izmos alakért dolgozik meg keményen. Az ezredforduló utáni nagy visszatérésnek tervezett *Charlie angyalai: Tel-jes gázzalra* (2003) 44 évesen teljes testre, ajkaktól a melleken át a hasig, csípőig kiterjedő korrekciós plasztikai műtétekkel készült, hogy szörfdeszkával a hóna alatt Vénusként²⁶ emelkedjen ki a habokból.²⁷ Moore testébe tehát így íródna bele a terhelességek, kemény edzések, plasztikai műtétek és az erre reflektáló médiaszövegek révén a textuális és extratextuális vonatkozások, melyek következtében ez a test az évtized végére fizikai értelemben – és a különböző médiák által – is folyamatosan szerkesztett, fejlesztett konstrukcióvá vált. Személy, karakter, szerep és én (self)²⁸ egymással állandó kölcsönhatásban lévő, a sztárság keretei között zajló identitásdiskurzusai Moore testhasználatában, saját testhez való viszonyában keresztezik egymás. A *Sztriptíz*, illetve a *G.I. Jane* bemutatói körül Jay Leno, illetve David Letterman show-jában vendégeskedő Moore vetkőzéssel és félkezes fekvőtámaszokkal „bizonyítja” fizikai átalakulásai hitelességét, „valódiságát”, csakúgy, ahogyan ekként olvasható a *G.I. Jane*-ben kamera előtt lenyírt hosszú haj is. „A test a sztár, és a karakter teste a sztár teste” – ahogy Rikke Schubart fogalmaz Moore-ról az ezredvégi tömegfilm hősnőiről írt könyvében. (Schubart 2007, 301)

Ilyen kontextusban a várandós akt is a testtudatos sztár és színésznő nyilvánosság előtt tudatosan vállalt gesztusa, mely később a kilencvenes években tovább erősített érzékiség, szexuális aktivitás, exhibicionizmus, testi tabuk megdöntését is bevállaló imázs eleméit emeli be a Moore-ról formálódó összképbe. Ezzel párhuzamosan ugyanakkor a szép, szexi, merész, hibátlan testű, sztár-férjével és gyerekeivel boldog házasságban élő, anyagilag egyre sikeresebb²⁹ Moore meztelenül várandós címlapfotóján, és a hozzá kapcsolható trenden keresztül valósul meg a várandósság hollywoodizálása és erotizálása, mely a magazinokhoz hasonlóan irreális, idealizált képet fest a gyerekvárásról, a terhes test kontrollálhatóságáról, szakmai karrier és családi élet összeegyeztethetőségéről.

²⁶ Owen és társai Madonnával rokonítva Moore-t a Pygmalion-mítoszt megismétlő nőtípusként írják le őket, mint akik újra és újra megteremtik magukat. (Owen és társai 2007, 239)

²⁷ Lásd: *She's spent £226k on plastic surgery but 'I still can't get a Hollywood part', says Demi.* Daily Mail. <http://www.dailymail.co.uk/tvshowbiz/article-481455/Shes-spent-226k-plastic-surgery-I-Hollywood-says-Demi.html> (Utoljára megtekintve: 2015.01.10.)

²⁸ Dyer könyvének konklúziót levonó utószavában a sztárság kapcsán, többek között, ezeket a nehezen összeegyeztethető, ellentétes fogalmak közti tengelyeket említi: sztár-mint-személy (person): sztár-mint-imázs; sztár-mint-imázs: sztár-mint-karakter; sztár-mint-szerző: sztár-mint-szöveg; sztár-mint-önmaga (self): sztár-mint-szerep. (1998, 161)

²⁹ Moore filmjeinek fanyalgó kritikai fogadtatásától és a kilencvenes években neki többször is megszavazott Arany Málna díjtól függetlenül az egyes szerepeiért kapott gázsi összege egyre nő, a *Sztriptíz*-ért kapott 12 millió dollárral az első hollywoodi színésznő lesz, aki átéli a 10 milliós álomhatárt: http://www.imdb.com/name/nm0000193/bio?ref_=nm_ov_bio_sm (Utoljára megtekintve: 2014.12.10.)

³⁰ <http://news.optuszoo.com.au/2014/04/06/whos-joined-the-nude-pregnant-mag-cover-club/> (Utoljára megtekintve: 2015.01.05.)

³¹ Lásd: <http://blog.wordnik.com/the-selfie-variations,> vagy legújabbban a belfie: <http://elitedaily.com/life/meet-jen-selter-the-girl-behind-the-1-4-million-follower-ass/>. Hasonló magyar kontextusban az eredetileg politikai jelentésekkel terhelt, de attól lassan leváló tartalmú speciális pózhoz, kellékekhez és helyszínekhez kötődő habonying: <http://444.hu/2014/11/23/a-habonying-az-elmult-evек-legjobb-magyar-orulete/> (Utoljára megtekintve: 2014.11.23.)

³² A technikai segítségért külön köszönettel tartozom Szabó Péternek.

V. LÁTHATÓ HATÁSOK: TREND ÉS PÓZ-IDÉZETEK

Az ausztrál modell és színésznő Megan Gale 2014-es *Marie Claire* borítóján megjelent várandós aktját kommentáló hír szerint Gale is csatlakozott a „nude-pregnant-mag-cover club”-hoz.³⁰ Demi Moore pózának, a sok követő és a megszámlálhatatlan mennyiségű média-kommentár ellenére sem a kilencvenes években, sem azóta nem lett olyan neve, mint amilyen könnyen nevet kapnak kortárs kontextusban az olyan konkrét szituációról leváló és fotós műfajként elterjedő testtartások, pózok, mint a *szelfi*.³¹ A szokás a mai napig él: az azóta meztelen aktjaikkal címlapokon pózoló hírességek mind valamilyen módon visszautalnak, de tovább is variálják az eredetit, hasonló, de kiegészítővel, utómunkával, részleteiben megváltoztatott testtartással jelzik, hogy tudatában vannak az ős-fotónak. (5. kép: Kilencvenes évek) Bár a közvetlen és közvetett, közönségre, más hírességekre és média-műfajokra tett hatás mechanizmusának feltárása és leírása nem célja tanulmányomnak, illetve a médiahatás témája a mai napig megosztja a kutatókat e befolyás irányát és természetét illetően (l. erről Bajomi-Lázár 2006), ebben az esetben a várandós akt „műfaji” továbbélése, a Moore-póz ismétlődései ezt a hatást ikonikus értelemben könnyen követhetővé teszik.



5. kép: Kilencvenes évek (saját gyűjtés)

A hírességek várandós címlap-aktjait nyilvántartó, hivatalos, minden megjelenést pontosan követő összeállítás, leltár tudomásom szerint eddig sem online, sem nyomtatott formában nem született, így az itt is látható, általam fotómontázsokba rendezett³² anyag 2007-ben

elkezdett internetes gyűjtéseim nyomán állt össze. Ha egymás mellé tesszük ezeket a főként angolszász lapokban³³ a kilencvenes évektől napjainkig megjelent meztelen várandós címlap-aktokat (lásd a mellékletben táblázatos változatban is), nem a vizuális várandósság-reprezentáció egyértelmű felszabadulásának lehetünk tanúi: a sztár Moore követői olyan sztárok, pontosabban hírességek, celebek, akik az ismertség, jó mód, siker és közkedveltség olyan szintjére jutottak, amikor a gyerekvárás következtében átalakuló testüket magabiztosan, büszkén tehetik közszemlére rajongóik előtt, ezzel tulajdonképpen, a Moore-kép időközben továbbkonstruálódó jelentéseihez csatlakozva, saját sikerességüket, „szép, szexi, gazdag, híres és bevállalós” imázsukat deklarálják. A címlapon megjelenő fotókhoz a magazinban kivétel nélkül további képanyag és rendszerint interjú is tartozik, mely az adott híresség magánélete és munkája közötti textuális és extratextuális vonatkozások között teremt összefüggéseket az olvasó számára. A rajongók, hétköznapi emberek, a közönség számára „megközelíthetetlen sztárok, celebek” kerülnek olyan közelségbe így a speciális címlapfotó, az interjú és a további képanyag révén, mely közelséget a meztelen, intimitás illúzióját keltő akt proxemikusan, a gyerekvárás bensőséges témájáról való beszélgetés pedig emocionálisan is megkonstruálja. (6. kép: Kétezres évek)

³³ Bár néhány utalásból tudható, hogy további spanyol, francia, sőt távol-keleti lapokban is akadnak helyi, lokális kontextusban ismert celeb-követői, ezekre nem terjesztettem ki a keresést.



6. kép: Kétezres évek (saját gyűjtés)

³⁴ Magyarországon például még mindig nem lett divat a hazai hírességek, sztárok között. Nyomatott lap címloldalán tudomásom szerint tavalyig nem is jelent meg várandós akt (*Best címloldalán Tölgyesi-Khell Cynthia, Hujber Ferenc felesége, 2014 nyarán*), korábban Epres Panni ruhában, de kivillanó meztelen pocakkal állt modellet az *Elle*-nek (címloldal, 2007). Más magyar celebekről is készült várandós akt (Kiszel Tünde, Ebergényi Réka, Hódi Pamela), de ezek az internetes keresés alapján csak online felületen jelentek meg. Nyomatásban még a magyar *Playboy* belső oldalain jelent meg egy aktsorozat a várandós Michelle Wildről, 2004-ben. A felsorolt példák egyike sem idézi meg azonban a Moore-féle pózt.

Mindazonáltal úgy tűnik, hogy bármennyire is beüzemelődött a médiában a várandós akt trendesítése, az ilyen típusú modellkedésnek még mindig nem egyöntetűen pozitív a megítélése, és továbbra is egyfajta exkluzivitás jellemző rá: nem lett belőle tömegmozgalom, amelyhez minden évben egyre több és több híresség csatlakozik. Évi maximum négy-öt hasonló címlap készül, és nem mindegyik kap azonos médiafigyelmet – ennyi viszont változatlanul el is készül minden évben.³⁴ A Moore példáját követő hírességek között feltűnően modellek és popsztárok vannak többségben, olyan nők, akiknek a munkájában fontos szerepet kap testük látványos, hatásos, szexualizált megmutatása. Ilyen értelemben a videoklipeken, fotózásokon gyakran különböző szerepkörökben, változatos ruhákban, sminkben és külsővel megjelenő olyan szupersztárok, mint Britney Spears, Christina Aguilera, Eva Herzigova vagy Claudia Shiffer számára a terhesség egy olyan átmeneti, különleges külső átalakulással járó testi állapot, amelynek nyilvános megmutatása törés nélkül beilleszthető a változatosságra, megújulásra és exhibicionizmusra épülő, a testet állandó reflektorfénybe toló imázsba. A nemzetközi porondon kevésbé, inkább szűkebb lokális, nemzeti körben ismert modellek, színésznők számára (pl. Danielle Llyold, Estelle Lefébure) a meztelen pózolásnak van egy, a Moore által megnyitott, sajátos celebritás-diskurzushoz való csatlakozásként olvasható jelentése is. (7. kép: Kétezer-tíz évek)





7. kép: Kétezer-tíz évek (saját gyűjtés)

Bár a nyilvánosan megjelenő terhes akt már nem okoz a Moore-éhoz hasonló felfordulást, továbbra is ellentmondásos megítéléséről árulkodik az is, hogy A-listás hollywoodi színésznőket szinte egyáltalán nem találunk a névsorban, nem előadóművészeket pedig csak alig (ilyen pl. az olimpikon Kerri Walsh Jennings és a riporter Nadia Larguet). Monica Bellucci olasz színésznő ugyan kétszer is modelt állt, de első címlapfotóját vállaltan az egyedülálló nők mesterséges megtermékenyítését korlátozó olasz törvények elleni tiltakozás motiválta. Másfelől viszont a hétköznapi élet részeként a terhesség, a pocak fotós megörökítése, blogokon, közösségi oldalakon való megosztása, nyilvánossá tétele hírességek és nem hírességek körében is provokációmentes, bevett szokás lett. Ugyanígy a „civil” kismama-fotózásban mára már széleskörűen elterjedt, magyar fotósok portfóliójában is gyakran szereplő műfajnak számít a terhességet másként is megörökítő kismama-akt, igaz, itt éppen az intimitás garantált, hiszen ezek a képek elsősorban saját, belső használatra készülnek.³⁵ Ezek a gyakran fekete-fehér, glamour-fotók a hírességekről készült várandós aktokhoz hasonlóan idealizálják a terhes testet, némiképp áthidalva az egyénileg tapasztalható testi átalakulás és ennek médiabeli reprezentációja közti szakadékokat, ugyanakkor mégis elfogadva és legitimálva ezt az idealizációt.³⁶

³⁵ A tanulmány előzetes változatához fűzött megjegyzéseikért köszönettel tartozom Gorácz Anikónak és Varró Attilának.

³⁶ A Demi Moore-fotó megjelenésének 20. évfordulójára Gregory Katsoulis készített fiktív Vanity Fair-címlapot imitáló sorozatot hétköznapi és erre vállalkozó anyákról: <http://www.momphoto.com/blog/index.php/2011/08/15/demi-moore-pregnant-part-3/> (Utóljára megtekintve: 2015.01.08.)

³⁷ <http://nymag.com/news/features/mothers-over-50-2011-10/> (Utoljára megtekintve: 2015.01.20.)

Demi Moore 1991-ben megjelent címlapfotójának hatása tehát valóban beemelte a hivatalos médiareprezentációba a meztelen várandós testet, de a rá egyénien jellemző testhasználati és sztársági faktorok révén a várandósság fizikai reprezentációjának hollywoodizálását képviselte. A terhes test megmutatása nem tabu többé, de nem is evidencia; a nyilvános médiareprezentációban még mindig nem társul hozzá természetes módon a reális, kevésbé dekoratív, testi vonatkozások (postpartum has, striák, foltok, barna vonalak) feltárása, megmutatása. A Moore-féle póz két és fél évtized múlva is megőrizte exkluzivitását, jóllehet nem számít már olyan kihívónak és nehezen értelmezhető-



nek, mint megjelenése pillanatában volt. Pontosan két évtizeddel későbbi felidézése, önön provokatívására is reflektálva, két kortárs tabu, az öregedő női test és a 45 feletti gyerekvállalás képi megjelenítésével licitált rá az eredetire: 2011-ben a *New York* magazin a 1991-es *Vanity Fair*-címlabdalt színhasználatában is megidéző borítóján az 50 éves Ann Maloney várandós aktja jelent meg, hasonló pózban.³⁷ (8. kép)

BEJA MARGITHÁZI: IMAGE, BODY AND POSE.

**The role of stardom in media representation of the pregnant body
-abstract-**

Current feminist media scholarship agrees on that Demi Moore's naked pregnant photography on the cover of *Vanity Fair* in 1991 August has led to a new visibility of the pregnant body in media. My study attempts to recontextualize the interpretation of the cover's impact by taking into consideration different aspects of Demi Moore's filmic stardom from the nineties, and investigating the "pregnant nude magazine cover"-trend, still in vogue today in the world of celebrities. In order of that I position my study in the context of the major research tendencies and topics of Star Studies and Celebrity Studies, and I will outline those features of visual representation of pregnancy in media, which I find important in the interpretation of Moore's photography. After the compositional analysis of the contradictory representational strategies present on the cover, I will describe the body image shaped by the textual (films) and extra-textual elements (private life and other media appearances) of Moore's stardom, which in my opinion has played an active role in the long lasting effect of the "pregnant nude cover", and at the same time, despite its trend starter impact, still didn't bring a real turn in the media representation of pregnancy.

#pregnancy, #stardom, #celebrity, #media representation, #body image

IRODALOM

Bajomi-Lázár Péter. 2006. Manipulál-e a média? Médiakutató 02. nyár. http://www.mediakutato.hu/cikk/2006_02_nyar/04_manipulal-e_a_media/ (Utoljára megtekintve: 2010.09.12.)

Berlant, Laurie. 1994. America, „Fat”, the Fetus. *boundary 2*. 21:3. 145–197.

Betterton, Rosemary. 2002. Prima grávida: reconfiguring the maternal body in visual representation. *Feminist Theory*. 3. 3: 255–270.

Blos-Jáni Melinda. 2005. „Filmes metaforákból szótt gardróbunk”. *Filmtett*. április 15. <http://www.filmtett.ro/cikk/2398/filmes-metaforakbol-szott-gardrobunk> (Utoljára megtekintve: 2014.11.02.)

Braudy, Leo. 1997. *The Frenzy of Renown: Fame and its History*. New York: Oxford University Press.

Boswell, Parley Ann. 2014. *Pregnancy in Literature and Film*. North Carolina: McFarland and Company.

Boorstin, Daniel J. 1961. *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*. New York: Simon and Shuster.

Chambers, Deborah. 2009. *The Flaunting of Fertility: Popular Media Representations of the Maternal*. MaMSIE. Org (Utoljára megtekintve 2015.01.15.)

DeCordova, Richard. 1990. *Picture Personalities: The Emergence of the Star System in America*. Chicago, Ill.: University of Illinois Press.

Dobscha, Susan. 2006. *The Changing Image of Women in American Society: What Do Pregnant Women Represent in Advertising?* *Advertising & Society Review*. 7. 3. o. n.

Dyer, Richard. 1998. *Stars*. London: BFI.

Gledhill, Christine. ed. 1991. *Stardom: Industry of Desire*. New York: Routledge.

Gross, Harriet-Pattison, Helen. 2007. *Researching Pregnancy*. New York: Routledge.

Johansson, Sofia. 2005. Editorial to volume 'Mediating Celebrity'. *Westminster Papers of Communication and Culture*. 2.2. 1–5. http://www.westminster.ac.uk/__data/assets/pdf_file/0016/20158/001Sofia.pdf (Utoljára megtekintve: 2015.01.15.)

Levine, Michael P.–Harrison, Kristen. 2009. *Effects of Media on Eating Disorders and Body Image*. In: Jennings, Brian–Oliver, Mary Beth eds.: *Media Effects: Advances in Theory and Research*. New York: Routledge. 490–516.

Margitházi Beja. 2007. *Test – forma – tartalom. Testreprezentáció a várandósoknak szóló női magazinokban*. Születés Hete, május 7–13. PPKE, Piliscsaba. Előadás.

Marshall, David P. ed. 2006. *Celebrity Culture Reader*. New York: Routledge.

McDonal, Paul. 2000. *The Star System. Hollywood's Production of Popular Identities*. London: Wallflower.

Munk Veronika. 2009. „Sztárság, elméletben.” *Médiakutató* 01 tavasz. http://www.mediakutato.hu/cikk/2009_01_tavasz/01_sztarsag_elmeletben (Utoljára megtekintve: 2014.12.09.)

Meyers, Erin. 2009. „Can You Handle My Truhts?”: Authenticity and Celebrity Star Image. *The Journal of Popular Culture*, 40. 15: 890–907.

Nash, Meredith. 2005-2006. Oh Baby, Baby: (Un)Veiling Britney Spears’ Pregnant Body. *Michigan Feminist Studies*. 19. Fall. <http://hdl.handle.net/2027/spo.ark5583.0019.002> (Utoljára megtekintve: 2014.12.05.)

Nash, Meredith. 2013. *Making ‘Postmodern’ Mothers: Pregnant Embodiment, Baby Bumps and Body Image*. New York: Palgrave Macmillan.

Negra, Diane–Holmes, Su eds. 2011. *In the Limelight and Under the Microscope: Forms and Functions of Female Celebrity*. Bloomsbury Publishing USA.

O’Malley, Lisa. 2006. Does My Bump Look Big in This? Visualising the Pregnant Body. *Advertising & Society Review*. 7. 3. o.n.

Owen, A. Susan–Stein, Sarah R.–Vande Berg, R. Leah. 2007. *Bad Girls: Cultural Politics and Media Representations of Transgressive Women*. New York: Peter Lang Publishing.

Parr, Robe–Hose, Laurel. 2008. *Star Quality. The Red Carpet Workout for the Celebrity Quality of Your Dreams*. New Jersey: Jon Willey and Sons.

Podnieks, Elisabeth. 2012. *Mediating Moms: Mothers in Popular Culture*. McGill–Queen’s Press.

Schubart, Rikke. 2007. *Super Bitches and Action Babes. The Female Hero in Popular Cinema 1970–2006*. Jefferson: McFarland and Company.

Shingler, Martin. 2012. *Star Studies. A Critical Guide*. London: BFI–Palgrave MacMillan.

Stabile, Carole A. 1992. Shooting the Mother. *Fetal Photography and the Politics of Disappearance. Camera Obscura* 10.1:28. 178–205.

Stacey, J. 1994. *Star Gazing: Hollywood Cinema and Female Spectatorship*. London–New York: Routledge.

Tropp, Laura. 2013. *A Womb with a View. America’s Growing Interest in Pregnancy*. Santa Barbara: ABC–CLIO.

Turner, Graeme–Bonner, Frances–Marshall, David P. 2000. *Fame Games: The Production of Celebrity in Australia*. Cambridge Univeristy Press.

Turner, Graeme. 2010. Aproaching Celebrity Studies. *Celebrity Studies*. 1.1. 11–20. Magyarul: Celebritás tudományok – néhány megközelítés. *Disegno*. 2015/1-2.

Tyler, Imogen. 2000. Reframing Pregnant Embodiment. In: Ahmed, Sara–Kilby, Jane–McNeil, Maureen–Skeggs, Beverly eds.: *Transformations. Thinking Through Feminism*. Routledge: 288–302.

Tyler, Imogen. 2001. Skin-tight. *Celebrity, pregnancy and subjectivity*. In: Ahmed, Sara–Stacey, Jackie eds.: *Thinking Through the Skin*. New York: Routledge. 69–83.

Williams, Linda Ruth. 2004. Ready for Action. *G.I. Jane, Demi Moore’s Body and the Female Combat Movie*. In: Tusker, Yvonne ed.: *Action and Adventure Cinema*. New York: Routledge. 169–184.

MELLÉKLET:**Hírességek magazinokban megjelent várandós aktjai 1991–2014**

Év	Név	Újság	Póz, kiegészítők, egyéb
1991	Demi Moore	Vanity Fair	gyémánt ékszerek
1996	Pamela Anderson	OK!	frontális, derékig, boa, kalap, kiegészítőkkel
1998	Lisa Rinna	Playboy	frontális, lila pulóver, belső oldalon aktok
1998	Melanie Blatt	The Sun	fekete nadrág, szembenéz, mosoly, nem címlap
1998	Melanie Blatt	GQ	frontális, derékig, melltartóval
1999	Cindy Crawford	W.	fekete-fehér
2003	Brooke Shields	Vogue	nedves lepelben
2004	Monica Bellucci	Vanity Fair (olasz)	ülve, fatörzsnek támaszkodva
2005	Heidi Klum	Vitals Woman	átlátszó ruha, fehérenemű, belső oldalon akt is
2005	Liya Kebede	i-D	fekete-fehér, grimasz
2006	Britney Spears	Harper's Bazaar	majdnem frontális, óriási nyakék, mosoly
2006	Britney Spears	GQ	pöttyös kétrészes fürdőruha, piros nyalóka
2007	Eva Herzigova	Vanity Fair	szexi fehérenemű, melltartó, kiegészítők
2007	Myleene Klaas	Glamour	mosoly
2008	Christina Aguilera	Marie Claire	rövid dzseki
2008	Fernanda Lima	Rolling Stone (venezuelai)	térdig, combközépig érő kötött harisnya
2009	Lisa Scott-Lee	Closer	nem címlap
2009	Nadia Larget	Femmes du Maroc (fr)	fekete-fehér, gyűrűvel
2010	Monica Bellucci	Vanity Fair (olasz)	fekete selyemköntös, fehérenemű
2010	Claudia Schiffer	Vogue	szépia
2010	Paula Patton	Ebony	derékig, leplek, virágcsokor, pocak szabadon
2010	Estelle Lefébure	Elle (francia)	derékig, frontális, farmerben
2010	Mirand Kerr	Vogue	belső oldalon akt, a címlapon ruhában
2011	Mariah Carey	Life and Style	frontális, handbra és „hairbra”
2011	Mariah Carey	OK!	frontális, férje handbra-ja hátulról
2011	Nia Long	Ebony	frontális, derékig
2011	Eva Herzigova	Harper's Bazaar	fekete-fehér, sziluett

2012	Jessica Simpson	Elle	készült egy meztelen és egy piros ruhás változata is
2012	Marisa Miller	Allure	nem címlap
2012	Julia Restoin Roitfeld	i-D	derékig, melltartó, köntös, mackó
2012	Dora Noemi Kerchen	Playboy (mexikói)	ül, egyik kezével földre támaszkodik
2012	Rosalynne Sánchez	Imagen (puerto ricoi)	melltartó, köntös, derékig
2013	Danielle Llyold	Faboulous	test profilból, fej szembenéz
2013	Michelle Hunziker	Vanity Fair (olasz)	derékig
2013	Kerri Walsh Jennings	ESPN - The Body Issue	egész alakos profil, szülés előtt és után a babával
2014	Kourtney Kardashian	DuJour	szembenéz
2014	Kelly Rowland	ELLE	függönnyel, nem címlap
2014	Megan Gale	Marie Claire	fülbevaló
2014	Christina Aguilera	V	fekete-fehér

(a szerző gyűjtése)