

FEMINISTICKÁ POLITIKA A POSTFEMINISTICKÁ KULTURA

Yvonne Taskerová – Diane Negra

Postfeminismus zahrnuje rozsáhlý soubor předpokladů hojně rozšířených v populárních médiích a spojených s představou „překonání“ feminismu. Média přitom mohou tuto údajnou překonanost pouze zaznamenávat, truchlit pro ni, nebo ji oslavovat. Podstatné je, že postfeminismus představuje komplexnější vztah mezi kulturou, politikou a feminismem, než jaký nabízí známější rámcová koncepce „zpětného úderu“ (*backlash*) proti feminismu. Feministické hnutí se často setkávalo se strategiemi odporu, vyjednávání a podrobení, tedy s procesy, které model zpětného úderu – implikující dosažené a následně ztracené cíle – nemůže účinně zapracovat do lineární chronologie společenských změn, na níž, jak se zdá, stojí. Pro současnou postfeministickou kulturu je přitom příznačná právě míra, s jakou je, jak poznamenala Angela McRobbie, úzce definovaný feminismus „brán v potaz“, i když pouze pro to, aby „se zdůraznilo, že již není potřeba“.¹⁾ Současná mediální popkultura nabízí značně limitovaný typ genderové rovnosti: na jedné straně ho vymezuje velebení úspěchu žen v tradičně mužských pracovních prostředích, na straně druhé oslava plastické chirurgie a dalších nápravných technik, které ženám „umožňují“ (tedy požadují po nich) zachování mladistvého vzhledu i mladistvého životního postoje ve zralém věku.²⁾ Tato omezená vize genderové rovnosti, rovnosti, jež sice byla dosažena, ale která stále není dostatečná, podtrhuje vyloučení třídy, věku a rasy, jež je určujícím rysem postfeminismu, a upozorňuje na typický předpoklad postfeminismu, že témata, slasti, hodnoty a životní styly s ním spojované jsou nějak obecně sdílené a, což je možná důležitější, všeobecně dostupné. Je-li „feminismus pro každého“, jak píše bell hooksová,³⁾ pak postfeminismus je v mnoha ohledech antitezí k tako-

1) Angela M c R o b b i e, Post-Feminism and Popular Culture. *Feminist Media Studies* 4, 2004, č. 3, s. 255–264, zde 254.

2) Topmodelka Claudia Schifferová zakončuje reklamu na kosmetiku proti stárnutí, která v současné době běží v britské televizi, příznačně větou pronesenou přímo do objektivu kamery: „Chirurgie počká.“ O plastické chirurgii se hovoří klidně a samozřejmě, a to spíše jako o povinnosti než dobrovolné aktivitě. Zákazníci přitom mohou nevyhnutelně na čas oddálit. Proces oddálení pravděpodobně zdůrazňuje nepříjemné stránky invazivních procedur. Blíže k tématu plastické chirurgie a současné politiky těla viz Virginia B l u m, *Flesh Wounds: The Culture of Cosmetic Surgery*. Berkeley: University of California Press 2005.

3) Americká feministka Gloria Jean Watkinsová píše svůj pseudonym „bell hooks“ systematicky malými písmeny (pozn. red.).

vé představě otevřené společnosti, která si cení všech svých členů a jejich odlišných identit.⁴⁾

Postfeministická kultura staví do centra pozornosti bohatou elitu, a přirozeně tak klade silný důraz na individualismus. Podobná formulace ale svádí k tomu, aby byl zájem o vlastní osobu zaměňován s individualitou, a prezentuje konzumování jako lék na nespokojenost, kterou bychom jinak mohli vnímat jako výraz zásadních společenských problémů. Jak poznamenávají hooksová a další, omezené začleňování žen do privilegovaných sfér vzdělání či profese vychází jak z požadavků konzumního kapitalismu (díky novým formám práce i konzumování), tak z usilovného naplňování požadavků feministického hnutí.⁵⁾

Postfeministická kultura se částečně snaží aspekty feminismu začlenit, osvojit si je nebo je naturalizovat. Podstatnější však je, že se snaží komodifikovat myšlenky a cíle feminismu skrze postavu ženy-konzumentky, pro niž je konzumování zdrojem moci (*empowerment*). Postfeministická kultura tak vyzdvihuje příležitosti pro ženy a dívky v oblasti vzdělání a profesního uplatnění; svobodnou volbu profese, rodinného života a rodičovství, a získání větší moci ve vztahu ke svému tělu a sexualitě. Předpokládá plnou ekonomickou svobodu žen a současně trvá na tom (dokonce tvrdošíjně), že si ženy mohou zvolit odchod z veřejného pracovního života. Postfeministické fikce často ignorují jak zjevnou ekonomickou nerovnost, tak fakt, že pro většinu žen je práce ekonomickou nutností spíše než „volbou“. Takový koncept naznačuje, že standardem postfeminismu je bílá rasa a střední třída a že je ukotven v konzumování jako strategii pro formování osobnosti a volnočasových aktivitách jako prostoru, kde je možno tuto strategii realizovat. Taková strategie navíc zároveň zakrývá další typy sociálních rozdílů. K omezením takového konstruktů a k výzvám, které z něho vyplývají pro feministickou vědu, se ještě vrátíme.

Postfeminismus ne vždy nabízí logicky koherentní výklad genderu a moci, ale skrze přesvědčivou artikulaci a synergistické opakování napříč různými mediálními formami se vynořuje jako dominantní diskursivní systém. Vychází a čerpá sílu například z rétorického pole módních frází a sloganů ražených za účelem vyjádření představ aktivního získání moci (vypůjčený afro-americký idiom „You go, girl!“, fráze „girl power“ apod.). Zároveň postfeminismus podněcuje a udržuje uměle vytvořenou společenskou paměť, v níž je řeč feminismu nevyhnutelně ječivá, agresivní a strohá. Feminismus sice není jako implicitně omezující koncept vítaný, ale jsou to právě *feministické* zájmy, které postfeministická kultura umlčuje. Spojování feminismu s vulgarismy („F words“), zdůrazňuje, že jde o pojem, o kterém se v současné populární kultuře nemluví.⁶⁾

Současná populární média, věčně hladová po nových obsazích, využívají, jak poznamenává McRobbie, talent mladých žen (a mužů) zběhlých ve feministické kritice reprezentace. Řada nedávno vyšlých publikací, například od Kim Akassové a Janet McCabeové (2004) a Ariel Levyové (2005), dokládá nástup popularizované feministické vědy. Levy-

4) bell hooks, *Feminism Is for Everybody: Passionate Politics*. London: Pluto 2000.

5) Tamtéž, s. 50.

6) Ironické odkazy k feminismu jakožto „vulgárnímu slovu“ jsou běžnou součástí diskursu populárních médií ve Velké Británii.

ová, profesí novinářka, se věnuje stylizovaným formám ženské sexuality v kultuře, kde (většinou mladé) ženy nadšeně přijímají a předvádějí patriarchální stereotypy sexuální servility ve jménu získání moci. Naproti tomu Akassová a McCabeová, obě akademičky, se podílely na sestavení antologie, která kombinuje fanouškovské nadšení pro seriál *SEX VE MĚSTĚ* (1998–2004) s feministickou kritikou. Publikace tohoto typu poukazují na nový prostor setkávání žurnalistiky, populární fikce a vědecké analýzy.⁷⁾ Přes podobné čtenářsky přístupné výklady se nicméně postfeminismus snaží znehodnotit systémovou kritiku. Jak píše McRobbie ve své vlivné eseji, „Přes nově nabytou svobodu je nová žena vyzývána k tomu, aby mlčela, zdržela se kritiky a zařadila se mezi moderní sofistikované dívky; je svobodná pod podmínkou, že nebude kritizovat.“⁸⁾

V souladu s touto příznačně mlčící přítomností udržuje postfeminismus koncept ženy-obrázku (*pinup*), který přetrvává jako základ komerční kultury krásy. Postfeminismus tak vlastně nabídl nové ospravedlnění pro viny zbavený konzumerismus, čímž výrazně přispívá k udržování a posilování kultury krásy (která se primárně týká žen, ale někdy také mužů skrze nové archetypy, jejichž zástupcem je zdánlivě všudypřítomný „metrosexuál“) a agresivně prosazuje složité a drahé zkrášlující procedury jako normu pro střední třídu. Přijetí kultury krásy založené na konzumování a přijetí nově nabyté svobody, jež umožňuje zbavit se „břemen“ feminismu, příhodně evokuje následující příhoda B. Ruby Richové o tělesném ochlupení: „Když jsme jednou s mou tehdejší přítelkyní šly kolem depilačního salónu, rozmarně jsme se rozhodly jít dovnitř a bez zjevného důvodu ukončit dekádu oddanosti ideologii.“⁹⁾ Zde je feminismus „brán v potaz“ trochu odlišným, i když souvisejícím způsobem, než na který upozorňuje McRobbie. Podle Richové příhoda poukazuje na složité prolínání feministické politiky, vzhledu a konzumování a na způsoby, jakými se za posledních několik dekád proměnil život s feminismem i život feministek. Oslavuje-li postfeministická popkultura ženskou sílu (*agency*) a ženskou moc zprostředkovanou možností konzumovat, pak také v obavách zdůrazňuje možné důsledky ženské nezávislosti: emocionální izolaci žen (předsudek, který šikovně upozaduje otázku ekonomické nejistoty) a zbavení mužů moci (opět formulace postavená na poněkud nejasném předpokladu, že dříve všichni muži zastávali stejně vysokou společenskou a ekonomickou mocenskou pozici). Pro nás postfeminismus znamená více než jen evoluční proces, v jehož rámci byly feministické prvky začleněny do populární kultury a přijaty jako populární verze feminismu. Jde zároveň o to, že feminismus je odsouván do pozice „jiného“ (*othering*) (přestože jsou ženy více v centru zájmu), je konstruován jako extrémní, obtížný a nepříjemný. Jednou z největších výzev feminismu coby akademického oboru, jak upozornila Kathleen Karlynová, je nutnost pochopit a vyřešit generační roz-

7) Ariel Levy, *Female Chauvinist Pigs: Women and the Rise of Raunch Culture*. New York: Free Press 2005; Janet McCabe – Kim Akass, *Reading "Sex and the City."* London: I. B. Tauris 2004. V souvislosti s prolínáním akademického a žurnalistického prostředí v britském kontextu je také důležité zmínit vystupování feministických vědců/vědkyň v roli veřejných intelektuálů. Příkladem může být komentátorka Germaine Greerová, jejíž texty vycházejí jak ve formě klasických knižních publikací, tak jako novinové články.

8) A. McRobbie, c. d., s. 260.

9) B. Ruby Rich, *Chick Flicks: Theories and Memories of the Feminist Film Movement*. Durham: Duke University Press 1998, s. 24.

pory v době, kdy „v životě mladých žen ze střední třídy působí feminismus nejzřetelněji jako „strukturující nepřítomnost“.¹⁰⁾ Jako feminističtí pedagogové a vědci pracující v antifeministickém kontextu (ať už v akademických institucích, které samy o sobě stále více fungují na základě modelu student-konzument, nebo v širší politické kultuře) vnímáme postfeministickou kulturu jako provokativní v každém slova smyslu: je znepokojující, ale současně podmanivá.

Je také důležité uvědomit si reálné důsledky postfeminismu v akademickém prostředí. McRobbie sice podotýká, že feminismus je standardní součástí výuky na univerzitách, my jsme ale opatrnější.¹¹⁾ Domníváme se, že stejná dynamika, kterou McRobbie identifikuje v oblasti populární kultury – fungující na základě představy, že o feminismu se ví, takže může být odsunut stranou – má dopady i na akademické prostředí. Dobrým příkladem takového dopadu je skandál z roku 2005 týkající se poznámek tehdejšího prezidenta Harvardské univerzity Larry Summerse o vlohách žen pro vědu.¹²⁾ Až příliš povědomou misogynii elitních akademických institucí můžeme vztáhnout k širšímu společenskému kontextu genderových nerovností praktikovaných v největší americké obchodní korporaci, Wal-Martu. Ukázkou genderové nerovnosti v oblasti platů, výhod a elementární úcty k zaměstnancům je dosud neuzavřený případ Duková vs. Wal-Mart, v němž byla proti společnosti podána hromadná žaloba. Tento řetězec supermarketů zároveň ve svých reklamách používá rétoriku rodinných hodnot, přičemž konzumování prezentuje jako příležitost i pro ženy s nižším příjmem, tedy nejen pro ženy bohaté, které jsme identifikovali jako nejviditelnější emblém postfeministické kultury. Wal-Mart a další řetězce tak spojují do mocenského trojúhelníku neviditelné pracovnice (často cizinky), jasně viditelné konzumentky a celebrity, pro něž jsou podobné řetězce příležitostí doplňkových příjmů prostřednictvím spojení jejich jména se sérií oblečení, domácích potřeb a jiných výrobků. Jak poznamenává Liza Featherstoneová v časopise *The Nation*: „Pomocí nakupujících a „spolupracovníků“ [tedy zaměstnankyň] vydělává Wal-Mart miliardy na chudobě žen.“¹³⁾ Tato situace, která rozšiřuje genderovou nerovnost (často pod rouškou příležitostí a svobody), upozorňuje na nutnost formulace feministické kritiky, jenž si je vědomá ekonomického kontextu práce i zakoušení populární kultury.

Rozlišování mezi feministickou *politikou* a postfeministickou *kulturou*, které je běžně považované za samozřejmé, je jedním z východisek pro zkoumání postfeminismu a poskytuje i název tomuto textu. Není třeba zdůrazňovat, že feminismus jako politická síla byl vyjádřován prostřednictvím kultury a že v postfeminismu jde o politiku. Postfeministic-

10) Kathleen Rowe Karlyn, *Scream*, Popular Culture, and Feminism's Third Wave: I'm Not My Mother. *Genders OnLine Journal* 38, 2003. Dostupné online: <www.genders.org/g38/g38_rowe_karlyn.html>.

11) A. McRobbie, Notes on Postfeminism and Popular Culture: Bridget Jones and the New Gender Regime. In: Anita Harris (ed.), *All about the Girl: Culture, Power, and Identity*. London: Routledge 2004, s. 5.

12) James Wolcott jde ve svém článku v časopise *Vanity Fair* tak daleko, že ve světle přetrvávajících genderových nerovností předpovídá novou „válku pohlaví“. Summersův skandál interpretuje jako explozi „dlouho hromaděného vzteku z přetrvávajícího nedostatečného zastoupení žen na prominentních mocenských pozicích a tvrdohlavé neschopnosti mužů v mocenských pozicích rozpoznat rozsah problému nebo jejich tendenci přistupovat k němu s pomocí voodoo genetiky a sociologie z viktoriánských salonů“. James Walcott, Caution, Women Seething. *Vanity Fair*, červen 2005, s. 67.

13) Lisa Featherstone, Wal-Mart Values. *Nation*, 16. 12. 2002.

ké diskursy, jak již bylo řečeno, jen málokdy explicitně obhajují odmítnutí feministické politiky. Feministická politika je vnímána jako překonaná spíše díky úspěchům feminizmu. Přejít k postfeministické kultuře zahrnuje jasné vymazání feministické politiky z populární sféry, i přes to, že aspekty feminizmu se zdají být součástí této kultury (a musíme také zohledňovat, co se v tomto smyslu pod pojmem feminizmus vlastně rozumí). Postfeministická kultura tak přináší značné výzvy pro feministická mediální studia, disciplínu obvykle charakterizovanou snahou číst populární kulturu proti nabízejícímu se dominantnímu smyslu a hledáním známek feminizmu, jež mohou být odhaleny čtenářkami a divačkami. Takový přístup se komplikuje, vezmeme-li v úvahu, že současná populární kultura je alespoň částečně vytvářena jako reakce na feminizmus. Jinými slovy, feminizmus se stal důležitým prvkem současné kultury. Není proto nijak překvapivé, že v populární kultuře je možné vysledovat stopy feminizmu. Postfeministická kultura, která bere feminizmus na vědomí a v níž se akademické přístupy staly součástí mainstreamu, do jisté míry zpochybňuje jasnou představu o tom, co je náplní a smyslem feministických mediálních studií. Naším úkolem je tedy proniknout skrze pouze proklamované přístupy k feminizmu a skrze antiintelektualismus, který si populární kultura osvojila. Postfeminizmus se stal natolik ustáleným epistemologickým rámcem, že si naše kultura v mnoha ohledech přestala klást otázky, které postfeminizmus zdánlivě „řeší“.

Postfeminizmus a ambivalence předpony „post“

Postfeminizmus jako koncept a kulturní fenomén vyžaduje detailnější analýzu. Jejím cílem a smyslem je situovat postfeminizmus do kontextu dalších termínů s předponou „post“, včetně postmodernismu a diskursu fáze po vrcholném období hnutí za občanská práva (*post-civil-rights discourse*). Všechny tři termíny naznačují, že v nich jde o historický vývoj a historické změny. Jak ale podotýkají Bill Readings a Bennet Schaber v souvislosti s postmodernismem, připojení předpony post k feminizmu znamená, že je feminizmus stále v centru pozornosti: „Všichni jsme slyšeli slovo postmodernizmus. Mluví se o něm ve zprávách. Ale moderní a nové přece nejsou jen zprávy. Musí jít o něco nového, co následuje po něčem jiném, ale současně to ještě nenastalo, jakoby to uvízlo v momentu poté (*post*).“¹⁴⁾ Readings a Schaber se snaží vyhnout modernistické konstrukci historie, v níž se postmodernizmus objevuje pouze jako „nejnovější modernizmus“. Na nás otázka chronologie a změny doléhá jinak, protože postfeministická kultura feminizmus, do něž situujeme náš výzkum, uznává a současně se proti němu staví.

Preventivní ironie, jíž McRobbie vyzdvihuje jako definující znak postfeministické kultury, rezonuje s parodickou hrou spojovanou s postmoderní estetikou.¹⁵⁾ Postfeminizmus stejně jako postmodernizmus zaujímá specifický vztah k pozdně kapitalistické kultuře a k těm formám práce, volnočasových aktivit a zejména konzumování, které v této kultu-

14) Bill R e a d i n g s – Bennet S c h a b e r, Introduction: The Question Mark in the Midst of Modernity. In: B. R e a d i n g s – B. S c h a b e r (eds.), *Postmodernism Across the Ages*. New York: Syracuse University Press 1998, s. 6.

15) A. M c R o b b i e, Post-feminism and Popular Culture, s. 259.

ře vzkvétají. Značná část postfeministické rétoriky skutečně souzní s vyzdvihováním „nové ekonomiky“ devadesátých let a s nahrazením demokratických imperativů imperativy volného trhu, které Thomas Frank charakterizoval jako „tržní populismus“. Frank si všímá, že v této době byl samotný koncept trhu vzýván jako důkaz rovnosti společenské i rovnosti příležitostí: „Trhy sloužily všem: ponižovaly domýšlivé, umožňovaly dobremu umění, aby triumfovalo nad špatným, likvidovaly diskriminaci, každý byl díky nim bohatý.“¹⁶⁾ Takový „tržní populismus, který ztotožňuje vůli lidí s událostmi na trhu“, podporuje individualistické, nenasytné a transformativní hodnoty postfeminismu a současně je jimi podporován.

Postfeminismus je také velmi dobře slučitelný s hyperestetizací každodenního života, která je v pojetí Virginie Postrelové typická pro počátek 21. století. Podle Postrelové: „Dnešní estetický imperativ nepředstavuje návrat k jediné normě krásy, nýbrž zvyšuje nároky na slast a sebevyjádření.“¹⁷⁾ Tento „estetický pluralismus“, jak ho nazývá, „reprezentuje významný ideologický posun“. V takto demograficky katalogizované kultuře¹⁸⁾ je nezbytné promyslet taxonomizující funkce postfeminismu. Důrazem na luxusní životní styl a radosti spojené s nakupováním se postfeminismus plně integroval do ekonomických diskursů ambiciózních západních společností orientovaných na úzce specializované segmenty trhu. Jak poznamenala Imelda Whelehanová, obecné vnucování politiky životního stylu „za sebou nechává mnohé oběti – ty, které nezapadají do jejích preferovaných obrazů, a ty, které jsou příliš chudé na to, aby kontrolovaly své životy prostřednictvím ‚osvobozujícího‘ konzumerismu“.¹⁹⁾ Postfeminismus velmi dobře konvenuje zvýšenému společenskému a ekonomickému důrazu na domov jakožto výkladní skříň, brilantně zvládnuté rodičovství a technologie mobilizované ve jménu soudržnosti rodiny. Může velmi dobře být jednou z ideologických spojnic mezi současným smyslem pro nespoutané materiální nároky a mravoučným diskursem bezchybné péče o rodinu.

Diskurs vycházející z hnutí za občanská práva (*post-civil-rights discourse*) nabízí důležitý kontext pro analýzu rasových příznaků postfeministické kultury. Nové i tradiční aspekty zobrazení žen z etnických menšin v postfeministické mediální kultuře jsou situované do vyvíjejících se mediálních kontextů, v nichž, jak píše Herman Gray, komodifikované „reprezentace amerického černošství kolují prostřednictvím masmédií a populární kultury, a v rámci tohoto procesu dosahují jisté míry globální viditelnosti, vlivu, zbožňování, imitace, nebo opovržení“.²⁰⁾ Jednou ze stěžejních diskursivních formulací postfeminismu je oslava ženských úspěchů (ať už na hřišti, v koncertním sále nebo v zasedací síni) uvnitř tradičních ideologických rámců. Například Tara McPhersonová upozornila, že v případě Národní ženské basketbalové asociace (WNBA) závisí propagová-

16) Thomas F r a n k, *One Market under God: Extreme Capitalism, Market Populism, and the End of Economic Democracy*. London: Secker and Warburg 2000, s. 68.

17) Virginia P o s t r e l, *The Substance of Style: How the Rise of Aesthetic Value is Remembering Commerce, Culture, and Consciousness*. New York: Harper Collins 2003, s. 10.

18) Tamtéž, s. 11.

19) Imelda W h e l e h a n, *Overloaded: Popular Culture and the Future of Feminism*. London: Women's Press 2000.

20) Herman G r a y, *Cultural Moves: African Americans and the Politics of Representation*. Berkeley: University of California Press 2005, s. 4.

ní ženských hvězd z etnických menšin jako vzorů vhodných k následování na propojení jejich fyzických schopností a nezávadného ztělesnění černošství a feminity (obrazy, které, jak ukazuje McPhersonová, často zdůrazňují kontrast mezi korektností „černošské dámy“ a démonizovanou „černou kulturou ulice“).²¹⁾ Odlišnost je v rámci mainstreamové kultury spíše komodifikována než politizována. Takové kulturní procesy umožňují implicitní chronologie, jež přidává aktivismu zaměřenému na důsledky rasových nerovností nálepkou „post“. V rámci této chronologie je zmíněný politický a kulturní aktivismus prezentován jako fenomén minulosti, jejíž stopy formují současnost.

I když se postfeminismus objevil v populárních médiích už v osmdesátých letech minulého století, pojem samotný byl konkretizován až v letech devadesátých, a to jak diskursivní fenomén, tak i jako módní pojem v americké a britské žurnalistice. Od devadesátých let je populární kultura v těchto dvou zemích stále více orientovaná na ženské konzumentky. Konstrukce žen jakožto subjektů i konzumentů, respektive subjektu jen do té míry, do níž jsme ochotny konzumovat, patří mezi největší rozpory v jádru postfeministické kultury. Postfeminismus je vnitřně rozporuplný a charakterizovaný dvojím diskursem. Snaží se jednak konstruovat feminismus jako fenomén minulosti, jehož stopy je ale možné vysledovat (a někdy dokonce kladně hodnotit) i v současnosti. Na druhé straně postfeminismus tvrdí, že feminismus v současné kultuře ztratil relevanci, a to díky úspěchům, kterých dosáhl. Ve skutečnosti je tato otázka daleko složitější, protože, jak vysvětluje Sarah Projansky, postfeministický diskurs zastává vůči feminizmu různé pozice. Některé z nich jsou oslavné, jiné ho viní z dnešních obav pocíťovaných ve vztahu k feministické politice, jež je vnímaná jako špatně nastavená.²²⁾ Co mnohé rozdílné diskursivní postfeminismy spojuje, je jejich vztah k oné vizi překonanosti feminizmu, o níž již byla řeč. V jádru tohoto vztahu leží tvrzení, že feminismus přinesl společenskou změnu v oblasti genderových norem a že tato změna konkrétně ovlivnila životy žen.

Jednou z klíčových funkcí postfeminismu je vysvětlit selhání současných institucí a vyhlídku společenské smrti. Postfeminismus často ukazuje femininitu jako stav životnosti kontrastující se sociálními a ekonomickými oblastmi západních kultur definovaných symbolickou smrtí. Nejvýraznější formy postfeministické femininity mají potenciál oživit kulturu, pro niž jsou charakteristické vyčerpání, nejistota a morální nejednoznačnost. Postfeministická hrdinka je proto vitální, hravá a oplývá mládím, zatímco její protiklad, „zlá“ profesně úspěšná žena, je utlačovatelská, záludná a nesmiřitelná.

Tuto dynamiku ve vyostřené podobě ilustruje romantická komedie PŘES NOC TŘICÍTKOU, a to prostřednictvím rozdílů mezi Jennou a Lucy, které se znají od dětství a pracují jako editorky stejného ženského časopisu. Když je třeba přehodnotit koncepci časopisu (podrobit ho proměně vizáže /makeover/), ke slovu se dostává mladistvá a nadšená Jenny. Navrhne omlazující koncept středoškolské maturity, jenž má „do časopisu znovu vnést život“. Odprezentuje ho oblečená do růžového kompletu a s růžovým balonkem

21) Tara M c P h e r s o n, Who's Got Next? Gender, Race, and the Mediation of the WNBA. In: Todd B o z d – Kenneth L. S h r o o p s h i r e (eds.), *Basketball Jones: America Above the Rim*. New York – London: New York University Press 2000.

22) Sarah P r o j a n s k y, *Watching Rape: Film and Television in a Postfeminist Culture*. New York – London: New York University Press 2001, s. 67.

v ruce. Zdůrazňuje přitom, že je důležité pamatovat si, „co je dobré“. Manipulativní a pragmatická Lucy nabízí oproti tomu koncepci „smrtelně vážného“ designu, který ona sama pokládá za „sebevraždu módy“, a, zatímco se její kolegové přikrčují a chvějí hrůzou, předkládá vychrtlé a nešťastné ženy v tmavém oblečení. Návrh Jenny narativně převrací, ale ideologicky rozšiřuje širší tématickou orientaci filmu na udržení mladistvého vzhledu. Její koncepce předvádí rituál středoškolské maturity, symbolicky omlazuje ženské subjekty a posiluje syžet filmu, který Jennu kouzlem posunul časem do doby, kdy je jí třicet, zatímco mentálně zůstala adolescentkou. Ke konci filmu se vděčně vrací do období dospívání poté, co zažije v těle dospělé ženy zklamání milostné, tvůrčí i profesní.

Jak dokládá tento příklad, řada postfeministických textů kombinuje hlubokou nejistotu ohledně reálných možností žen s idealizovanou femininitou, jež se symbolicky vyhýbá společenským a institucionálním problémům či je překračuje. Ve shodě s tím vykazuje postfeminismus specifické zaujetí pro plynutí času. Život žen je často vnímán jako hladovění po čase: ženy jsou přepracované, uspěchané, uštvané, podřízené svým „biologickým hodinám“ atd., a to do takové míry, že je období ženské dospělosti definováno jako stav chronické časové tísně. PŘES NOC TŘICÍTKOU je jen jedním z mnoha mediálních textů tematizujících fantazie o přesunech v čase, které spojují mládí s minulostí. V nastíněném kontextu dnešní sklíčené femininity proto není překvapující, že se mnoho studií zabývá rozsáhlou kategorií pořadů zaměřených na životní styl, reality TV a proměnu vizáže (*makeover*), jež jsou frekventovaným tropem postfeministických médií.²³⁾ Díky výjimečné schopnosti vyjádřit obyčejnost, představuje reality TV bohatý soubor tužeb po transformaci, po dosažení fyzické dokonalosti nebo/a dokonalé domácnosti a potřebu za každou cenu se vyhnout chápání této dynamiky z politického a sociálního hlediska.²⁴⁾ Proměna těla nebo prostředí, v němž žijeme, navíc ustavuje specifickou formu temporality, která fetišizuje mládí, urychluje změnu nebo ji dokonce prezentuje jako okamžitou. Takto urychlená temporalita je charakteristická pro postmoderní kulturu obecně, stejně jako je pro ni charakteristické konzumování, jemuž je připisována terapeutická a transformativní funkce. Stejně jako denní talkshow, i pořady o proměnách vizáže těží ze zranitelnosti a poddajnosti těch, kteří se jich účastní. Působí přitom exploatačně, sentimentálně a podmanivě současně. Proměna tedy mobilizuje dobře známá témata. Jak poznamenává Brenda R. Weberová o pořadu EXTREME MAKEOVER televize ABC: „Tento příběh – o utrpení a transformaci, zoufalství a radosti – je tak starý jako samo vyprávění.“²⁵⁾ V současnosti se ale odehrává v kontextu, který spojuje konzumování se svobo-

23) Tomu odpovídá i počet vědeckých prací, které se na problematiku reality TV zaměřují. Pro nás jsou významné dvě antologie: Laurie O u l e t t e – Susan M u r r a y (eds.), *Reality TV. Remaking Television Culture*. New York: New York University Press 2004; Su H o l m e s – Deborah J e r n y m (eds.), *Understanding Reality Television*. London: Routledge 2004.

24) Jiným typem postfeministického textu zaměřeného na „proměnu“ je televizní série o chůvách (v nichž britští odborníci na výchovu učí americké rodiny, jak se vypořádat s neposlušnými dětmi), viz L. S. K i m, *Elevating Servants, Elevating American Families*. *Flow* 1, 2005, č. 12; L. O u l e t t e, *Nany TV*. *Flow* 1, 2005, č. 11.

25) Brenda R. W e b e r, *Beauty, Desire, and Anxiety: The Economy of Sameness in ABC's Extreme Makeover*. *Genders Online Journal* 41, 2005. Dostupné online <www.genders.org/g41/g41_weber.html>.

dou, a to stylem (možná zvrhlým), jenž pracuje s feminismem i přesto, že feminismus jasně prezentuje jako věc minulosti.

V podobném duchu, jak poznamenává Kimberly Springerová,²⁶⁾ reality TV ochotně využívá typ „rozzlobené černošské ženy“, neklade si ale otázku, proč by měla být rozzlobená. A jak píše Paul Gilroy ve vztahu k pořadům o proměně domácnosti, které patří k prominentnímu programovému formátu v britské televizi: „Když tyto pořady zkoumají, jak se mění soukromý prostor a jak se zlepšuje schopnost v něm jednat, implicitně tím ospravedlňují neochotu jednat kdekoli jinde.“ Tím, že pořady zaměřené na proměnu zprostředkovávají rychlou transformaci, naznačují současně, že „vkus a preference v oblasti životního stylu jsou důležitější prvky identity, než by kdy mohly být rasová příslušnost, třída nebo pouta k regionu“.²⁷⁾

Postfeminismus ve všech svých podobách prezentuje současnost jako dobu, kdy je feminismus překonán, a nechává ho za sebou. Přitom implicitně čerpá sílu z úzkosti, kterou vyvolává představa stárnutí. Reprezentace postfeministické kultury si je samozřejmě naléhavě vědomá věku: různé „holčičí“ příběhy od DENÍKU BRIDGET JONESOVÉ přes NEVINNÝ VÝLET až po SEX VE MĚSTĚ a PŘES NOC TŘICÍTKOU poskytují přehnaně detailní informace o věku protagonistek. Kult mládí je současně podporován v mnoha dalších oblastech. Nejrozličnější formy reality TV se například věnují prezentaci omlazujících proměn a fantaziím o tom, jak se lze vyhnout stárnutí. Ambivalence spojené se stárnutím, které jsou pro tyto fikce charakteristické, se rozšiřují i na samotný feminismus. Protože postfeminismus oceňuje mládí, prezentuje feminismus jako „starý“ (a odsouzený k smrti).

Publikace *Interrogating Postfeminism* reaguje na narůstající počet studií, které pojmenovávají a analyzují postfeminismus, ale zůstávají nejisté, co se týče jeho vymezení, předmětu zkoumání i teoretického pole. Máme za to, že význam postfeministické kultury částečně vyplývá z jejího uplatňování napříč mediálními formami. Je přítomný nejen ve filmu, televizi či populární literatuře, ale také v reklamě, časopisech, hudbě či politickém diskursu. Vyčerpávající analýza postfeministické kultury by vyžadovala například prozkoumání společenského chování a trendů, včetně bujícího svatebního průmyslu, proniknutí dívčí literatury (*chick lit*) mezi bestsellery,²⁸⁾ rostoucího významu denních lázní a nehtových salonů v oblasti služeb, měnící se kulturní status plastické chirurgie, mizející hranice mezi pracovníci v oblasti sexuálních a jiných služeb na pracovištích a agresivní pronikání pornografie do mainstreamu. Naším cílem není vytvořit sociologii postfeminismu, ale analyzovat tolik mediálních a kulturních kontextů a jejich průniků, kolik je jen možné.²⁹⁾

26) Kimberly Springer, *Divas, Evil Black Bitches, and Bitter Black Women: African American Women in Postfeminist and Post-Civil-Rights Popular Culture*, Příspěvek z konference „Interrogating Postfeminism: Gender and the Politics of Popular Culture“, University of East Anglia, duben 2004.

27) Paul Gilroy, *Postcolonial Melancholia*. New York: Columbia University Press 2005, s. 119. I když Gilroy odkazuje k britským pořadům typu *CHANGING ROOMS* a *GROUND FORCE*, likvidace potenciálu společenské změny dramaticky (a excesivně) vystupuje do popředí také v pořadu televize ABC *EXTREME MAKEOVER: HOME EDITION*, který mobilizuje komunity a komerci ve jménu konzumování.

28) O vzniku *chick lit* viz Suyanne Ferriss – Malory Young (eds.), *Chick Lit: The Woman's Fiction*. New York: Routledge 2006.

29) Připouštíme také, že trendy směřující k mediálním konglomeracím v rámci globálního kapitalismu vytvářejí nové přidružené trhy prostřednictvím synergistického rozšiřování vztahu mezi filmovými a televizními

V době, kdy společenské změny zpochybňují ekonomický status žen, těžce vybojovaná práva týkající se reprodukce a dokonce i práva kritizovat a vyjadřovat se, zatímco populární kultura automaticky předpokládá, že je genderová rovnost daná, je zřejmé, že je feministická kritika stále nutná. Postfeministické genderové předpoklady – které se týkají převážně kulturní a ekonomické svobody žen na Západě – jsou prosazovány v kontextu, v němž je skutečná sociální pozice žen problematická. Pokud je emancipace spojená s konzumováním a ambicemi, jak je tomu pak s tíživými ekonomickými a společenskými problémy spojenými s dlouhodobou chudobou žen, která pramení z jejich nižšího platového ohodnocení, omezených pracovních příležitostí a odpovědností spojenou s péčí o děti?³⁰⁾ Domníváme se, že postfeminismus se podílí na ideologické a ekonomické normalizaci nových vzorců sociálního vyloučení a demografického uspořádání ve Spojených státech a Velké Británii. Globalizace navíc utváří mezi ženami novou komplikovanou síť výměn a závislostí. Fenomény jako „feminizace migrace“ představují příležitosti pro uchopení třídních, národnostních a rasových problémů.³¹⁾ Ve své práci o fantaziích, které se vracejí k idealizované domesticitě, poukazuje Joanna Hollowsová na rozsah nastíněných problémů v britském kontextu.³²⁾ Diane Negra v textu věnovanému stahování se z veřejného života (*retreatism*) v americké populární kultuře poznamenává, že s podobnými fantaziemi pracuje řada romantických komedií a televizních dramát, v nichž se protagonistka „odnaučuje“ feminismu, rozhoduje se opustit prostředí své profese ve velkoměstě, (a) případně se vrací do idealizovaného rodného maloměsta.³³⁾ Ve Spojených státech a Velké Británii, kde služby a majetky stále více přecházejí do soukromých rukou, je přístup ke vzdělání, zdravotní péči a pobírání důchodu spojen s plným pracovním úvazkem. Přestože by jen málo konzervativců otevřeně požadovalo zbavení žen jejich volebního práva, mnoho žen se může cítit, jako by jim politický diskurs právo volby upíral.³⁴⁾ Postfeminismus je tak stále více využíván k ospravedlnění

texty a souvisejících forem jednání spotřebitelů. Případová studie podobné synergie viz např. Elana Levine, *Fractured Fairy Tales and Fragmented Markets: Disney's Wedding of a Lifetime and the Cultural Politics of Media Conglomeration*. *Television and New Media* 6, 2005, č. 1, s. 71–88.

- 30) V roce 2002 si americké ženy s plným celoročním pracovním úvazkem vydělaly 76 procent výdělku mužů. K problematice genderu a stárnutí viz zvláštní vydání *Feminist Economics* 11, 2005, č. 2.
- 31) Pojednání o komplexních závislostech mezi zaměstnavatelkami z prvního světa a jejich zaměstnankyněmi z třetího světa viz Barbara Ehrenreich – Arlie Russell Hochschild (eds.), *Global Woman: Nannies, Maids, and Sex Workers in the New Economy*. London: Granta 2002.
- 32) Joanne Hollowsová se ve své studii o tomto typu vyprávění v britské populární kultuře zaměřuje na oddělení tématu domesticity ve feministické vědě a v životech feministek. Klade si otázky, jež souvisejí s představami o návratu k (často venkovské) domesticitě, které se úspěšně komerčně prosadily v literatuře, reality TV nebo případech celebrit typu Nigelly Lawsonové propagujících požitky plynoucího z domácího života. Viz Joanne Hollows, *Can I Go Home Yet? Feminism, Postfeminism, and Domesticity*. In: J. Hollows – Rachel Mosely (eds.), *Feminism In Popular Culture*. London: Berg 2006, s. 97–118.
- 33) Diane Negra, *Girls Who Go Home: Home Retreatism, the Chick Flick, and the Female Centred Television Drama*. Příspěvek přednesený na Console-ing Passions International Conference on Feminism, TV, and New Media, New Orleans, duben 2004.
- 34) O politickém odcizení amerických žen svědčí například to, že 22 z 45 milionů svobodných žen ve Spojených státech v roce 2000 nehlasovalo v prezidentských volbách. Viz Renée Lott, *Women Who Vote, and Those That Don't*. *International Herald Tribune*, 29. 7. 2004. Konkrétní podmínky, v nichž mohou ženy dosáhnout politického úspěchu, ozřejmuje Kimberley Springerová v eseji zařazené do této antologie

brutality nastupujících „nových ekonomik“ jak ve Spojených státech, tak ve Velké Británii. Marita Sturkenová a další upozorňují na proměnu repertoáru obrazů Ameriky po 11. září 2001, které začaly zdůrazňovat „tradiční maskulinitu dělnické třídy a zaměstnání žen na domácí frontě“.³⁵⁾ Jak stát, tak přepjaté popkulturní texty v nové atmosféře strachu a zranitelnosti, která s sebou nese omezování občanských svobod, nabízejí fantazie o patriarchální ochraně. Jak „vyvolený“ ze série *Matrix* tak „král“ z trilogie *Pán prstenů* jsou prezentováni bez sebemenší špetky ironie, a to i navzdory bombastickému zobrazování autority bílého muže. Místo toho v nich nacházíme nový humanismus, který „uniká své vlastní politice“.³⁶⁾ Zmíněné blockbustery jsou postfeministické v tom nejkonzervativnějším slova smyslu. Feministický aktivismus samozřejmě přetrvává v důležitých oblastech současné sociální politiky: svobodného rozhodování ve vztahu k reprodukci a ženskému zdraví. Podobně jako zůstávají i feministická témata, včetně sexuálního a domácího násilí, naléhavými problémy genderové politiky. Přesto jsou rovnosti kladeny překážky kulturní i právní. Chceme se proto zaměřit na specifické problémy, které přinesla postfeministická kultura, jež předpokládá, že rovnosti mezi muži a ženami již bylo dosaženo.

Záliby a slepá místa postfeminismu

Jedním z našich cílů je rozšířit intelektuální „konverzaci“ v rámci angloamerické feministické vědy. Postfeminismus je výrazným fenoménem britské i americké populární kultury, často definovaným značnou diskursivní harmonií, která je přítomná v textech zabývajících se proměnou („transit“) typu DENÍK BRIDGET JONESOVÉ, SEX VE MĚSTĚ, *Nechápu, jak to dokáže*,³⁷⁾ *Bergdorf Blondes*³⁸⁾ a WHAT NOT TO WEAR (2002–2003). Mnohé prominentní texty žánrů zaměřených na ženy (včetně knihy a filmu *Deník Bridget Jonesové*, ALLY McBEALOVÉ /1997–2003/ a již zmíněného SEXU VE MĚSTĚ) měly rozhodně transatlantický dosah. Buď vznikly v USA a staly se hitem ve Velké Británii, nebo naopak. Pravidelnost této mezikulturní výměny svědčí o vychýlení úzkého vztahu mezi USA a Velkou Británií, který v posledních letech halasně proklamovali političtí konzervativci.³⁹⁾

s ohledem na případ Condoleezy Riceové. Podobné způsoby reprezentace, které Springerová vysledovala v souvislosti s Riceovou, už dříve identifikovala Jacqueline Roseová v souvislosti s Margaret Thatcherovou. Thatcherová byla na jedné straně stylizována jako bezpohlavní („železná dáma“), a na straně druhé byla s její osobou spojována nemravná slabost pro tehdejšího amerického prezidenta Ronalda Reagana. Jacqueline Roseová analyzuje Thatcherovou jako ikonu hrůzu nahánějící femininity. Jacqueline Rose, Margaret Thatcher and Ruth Ellis. *New Formations* 6, 1988 (zima), s. 3–30.

35) Marita Sturken, Masculinity, Courage and Sacrifice. *Sings: Journal of Women in Culture and Society* 28, 2002, č. 1, s. 444–445.

36) K. R. Karyl, Feminism and Its Discontents: Identity, Politics, and the New Humanism. Příspěvek z konference „Interrogating Postfeminism: Gender and the Politics of Popular Culture“, University of East Anglia, duben 2004.

37) Allison Parsons, *Nechápu, jak to dokáže*. Praha: Aurora 2003.

38) Plum Sykes, *Bergdorf Blondes*. New York: Miramax Books 2004.

39) Některé z těchto textů se samozřejmě mohou tvářit jako globální, všeobecně platné a současně ochraňovat konkrétní kulturu. Například v románu o Bridget Jonesové i v jeho sequelu zachraňuje britský hrdina

Přestože postfeminismus zřetelně nastupuje jako kánon (k čemuž odkazují výše uvedené příklady), je jasné, že znamená něco jiného v rozdílných národních a kulturních kontextech.⁴⁰⁾ Jedním z našich cílů je prozkoumat styčné body mezi britskými a americkými konfiguracemi populárního feminismu jako postfeminismus. V tomto smyslu je potřeba se zaměřit na kulturní odlišnosti v těch případech, kdy se americkému „my“ přisuzuje obecný význam – jinými slovy na do sebe zahleděné rysy americké kulturní kritiky (ale také na předpoklad, že Spojené státy představují unifikovaný a nediferencovaný kulturní prostor). Vývoz americké populární kultury za hranice země vyžaduje, abychom porozuměli širším souvislostem. A sklon zevšeobecňovat není náhodný.

Je nutné překročit novinářské kánony postfeministické kultury (závislé na prominentních televizních seriálech jako např. *SEX VE MĚSTĚ* nebo *ZOUFALÉ MANŽELKY* /2004–/). Tato rozšířená perspektiva nabízí přinejmenším dvě dimenze. Na jedné straně jsme si vědomy, že postfeminismus s sebou nese kulturní obrat projevující se v nejrůznějších mediálních produktech, včetně těch, které se zaměřují na mužské konzumenty, jak ukazuje Steven Cohan v analýze televizního hitu *QUEER EYE FOR THE STRAIGHT GUY* z roku 2003. Některé z mužských žánrů lze snadno číst v postfeministických termínech, například na základě teoretického uchopení postfeministické maskulinity. Posun od ženských studií k gender studies a nárůst akademických (i novinářských) analýz maskulinity je trendem od devadesátých let.⁴¹⁾ V červnu 2004 se titulní strana přílohy londýnských *Timesů* beze stopy ironie ptala: „Jsou muži novými ženami?“ (Jak se zdá, otázka vycházela z předpokladu, že se u mužů zvyšuje úroveň povědomí o těle a módě a samozřejmě také míra konzumování). Jak v *QUEER EYE FOR THE STRAIGHT GUY*, tak v britských dramatech typu *LIFE BEGINS* (2004), v reality show jako „Výměna manželek“ (Channel 4, 2002; ABC, 2004) nebo „speciálech“ typu „Britain's Worst Husbands“ (ITV, 2004) jsou heterosexuální bílí muži nazíráni jako někdo, koho je nezbytné změnit. Heterosexuální maskulinita je tak vyobrazována komicky – i když jen dočasně a za jistých okolností – a současně žertu mohou být také heterosexuální ženy, ať už je homosexuální muži hodnotí v tradičních sexistických kategoriích jako „sexy“ nebo je jednoduše mají za pošetilé, když si vybraly tak neatraktivní a lhostejné mužské protějšky. Přitom ale, jak upozornili Douglas Batten a Philip Sewell v rámci diskuse o televizním trendu „maskulinismu“, populární kultura přelomu tisíciletí uplatňovala často ironii, aby mohla „regresivní, recidivující maskulinita povstat nezraněná z pokračujících kulturních bojů“.⁴²⁾

Bridget poté, co se stala obětí muže-cizince. Postfeministické texty zaměřené na specifickou kulturu jsou navíc stále úspěšné. Příkladem může být série románů *Five Go Mad in...*, která stojí na britské tradici, kdy skupiny stejného pohlaví vyražejí společně na dovolenou. Taková zápleтка by pravděpodobně byla méně srozumitelná pro čtenáře, který není s tímto kulturním kontextem obeznámen.

- 40) Uvědomujeme si, že do jisté míry hrají roli také regionální rozdíly. Z důvodů nedostatku prostoru se jimi ale nezabýváme.
- 41) Průlomová studie Taniei Modleski se přímo zabývá způsoby, jimiž se „noví“ muži a „nové“ maskulinity v americké kultuře dostávají do centra pozornosti na úkor žen. Viz Tania Modleski, *Feminism Without Women: Culture and Criticism in a "Postfeminist" Age*. London: Routledge 1991.
- 42) Douglas Batten a Philip Sewell, *Trading in Masculinity: Muscles, Money, and Market Discourse in the WWF*. In: Nicholas Sammons (ed.), *Steel Chair to the Head: The Pleasure and Pain of Professional Wrestling*. Durham: Duke University Press 2005, s. 261.

Druhým důvodem, proč se vzepřít novému postfeministickému kánonu, je jeho omezená vize rasových a třídních identit. Je nutné se zaměřit na to, jak se nové feministické narativní protokoly a tropy týkají, či naopak netýkají žen z etnických menšin a z pracujících tříd, a vysledovat přítomnost či nepřítomnost diskursů o rasové identitě jak v postfeministické reprezentaci, tak v akademických pracích o postfeminismu.⁴³⁾ Nový postfeministický kánon, na nějž odkazují populární komentáře a jehož příklady jsou analyzovány v akademických textech, řadu témat vylučuje. Například Kimberly Springerová poukazuje na specifičnost filmů cílených na mladé Afroameričanky („*black chick flick*“). Romantické komedie *AŽ SI VYDECHNU* (1995), *ŽIVOT V DELTĚ* (1998) nebo *DENÍK ŠILENÉ MANŽELKY* (2005) využívají jiné strategie než romantické komedie oslavující stahování se z veřejného života (*KATE A LEOPOLD* /2001/, *FRANCOUZSKÝ POLIBEK* /1994/, *ANIMÁLNÍ PŘITAŽLIVOST* /2001/), kterým feministická mediální studia doposud věnovala největší pozornost.⁴⁴⁾ Pro nás je důležité nejen to, že kritika opomíjí texty zaměřené na afroamerické ženy, ale i způsoby, jimiž by tyto filmy mohly zpřesnit feministické výklady současné populární kultury.

V tomto smyslu je naším cílem představit význam postfeminismu pro další obory, jež se dotýkají otázek rasy, sexuality, třídy a věku. I když tyto otázky v současném myšlení přítomné jsou, je potřeba zdůraznit nutnost genderové politiky, která v reakci na postfeministickou kulturu, v jejímž centru stojí bílá, heterosexuální žena ze střední třídy, bere v úvahu diverzitu (a zaměřuje se na třídu a rasu stejně důrazně jako na otázky genderové a generační). Zjednodušeně řečeno, hlavní otázkou je, zda lze praktikovat postfeministickou kritiku tak, aby feminismus rozšiřovala stejnou měrou, jakou je k němu kritická. Mnohé studie poukazují na slepé uličky feministického projektu, ale následně odhalují kontinuitu feministické vědy a její produktivní uplatnění v analýze nových textů. Například Charlotte Brundsonová analyzuje britské televizní vysílání a programy orientované na životní styl žen vysílané v časovém úseku mezi 8. a 9. hodinou ranní. Demonstruje přitom, jak je důležité uvědomovat si význam slasti, kterou poskytuje mainstreamová kultura svým recipientům, a jak je nezbytné tomuto procesu porozumět v mocenském kontextu.⁴⁵⁾ Pro feministickou kritiku má zdůrazňování mocenských operací, ať už v oblasti ekonomické, společenské, ideologické, či v oblasti reprezentace, zásadní význam. V postfeministické kultuře, kde jsou (pouze některé) ženy více viditelné, tento úkol přetrvává.

43) Některé studie věnované osobě moderátorky talk show s celebritami a postfeministické ikoně Oprah Winfrey se tímto směrem začaly ubírat. Viz zejména Eva Illouz, *Oprah Winfrey and the Glamour of Misery: An Essay on Popular Culture*. New York: Columbia University Press 2003. Illouzová se vyjadřuje k selektivitě, s jakou Winfrey přistupuje k tématům týkajícím se rasy, přičemž například poznamenává, že Winfrey „soustavně převrací politické kategorie a transformuje je do kategorií etických a duchovních“ (s. 24).

44) Pojednání o strategiích „návratu“ v souboru romantických komedií, které vznikly po 11. září, viz Diane Negra, *Structural Integrity, Historical Reversion, and the Post-9/11 Chick Flick*. *Feminist Media Studies* 8, 2008, č. 1.

45) Charlotte Brundson, *Lifestyling Britain: The 8-9 Slot on British Television*. In: Lynn Spigel – Jan Olsson (eds.), *Television After TV: Essays on a Medium in Transition*. Durham: Duke University Press 2004.

Konceptualizace postfeminismu a boj proti němu

Naším primárním cílem je zmapovat a prozkoumat postfeminismus, jeho vliv na současnou populární kulturu a způsob, jakým se k ní vztahuje. Tato antologie aktualizuje a rozšiřuje definice a debaty nastartované průkopnickými texty *Feminism without Women: Culture and Criticism in a „Postfeminist“ Age* Tanii Modleski⁴⁶⁾ a *Watching Rape: Film and Television in a Post-feminist Culture* Sarah Projansky.⁴⁷⁾ Překvapivě pouze málo textů se dosud věnovalo dané problematice podrobně a rostoucí všudypřítomnost postfeminismu a jeho politická a kulturní nejednoznačnost vybízí k rozsáhlému koordinovanému výzkumu. Tématu postfeminismu se prozatím věnují spíše jednotlivé studie než ucelené publikace, přičemž velká část z nich vyšla v odborných časopisech *Feminist Media Studies* a *Genders*.⁴⁸⁾ Jak již bylo řečeno, postfeminismus může být vztažen k jiným aspektům konzumní kultury kapitalismu. Perspektivy, jimiž je na něj nazíráno, jsou proto často formovány výzkumem, jenž je pojmově adekvátní, ale nezaměřuje se na postfeminismus jako takový. Za pozornost stojí zejména vědecké práce, které se snaží teoretizovat otázky kultury a moci jako například Naomi Kleinová v práci *Bez loga*,⁴⁹⁾ Paul Gilroy v *Postcolonial Melancholy*,⁵⁰⁾ Thomas Frank v *Market under God: Extreme Capitalism, Market Populism and the End of Economic Democracy*⁵¹⁾ a Herman Gray v *Cultural Moves: African Americans and the Politics of Representation*.⁵²⁾

Tento sborník může poskytnout pluralističtější výklad postfeminismu, než by mohla nabídnout monografie. Mnozí z příspěvatelů zkoumají vztah mezi feminismem a postfeminismem jak z hlediska historického, tak i z hlediska politických dimenzí tohoto vztahu. Publikace v tomto smyslu navazuje na práce, které se snažily zmapovat směřování feminismu a postfeminismu a nabídnout feministickou kritiku aktuální genderové politiky, např. *Modern Feminist Thought: From the Second Wave to „Post-feminism“*,⁵³⁾ *Overloaded: Popular Culture and the Future of Feminism*,⁵⁴⁾ *Feminism, Femininity and Popular*

46) T. M o d l e s k i, c. d.

47) S. P r o j a n s k y, c. d. Úvodní pojednání o specifických rysech britského postfeminismu viz Justine A s h b y, Postfeminism in the British Frame. *Cinema Journal* 44, 2005, č. 2, s. 127–132.

48) Amanda D. L o t z, Postfeminist Television Criticism: Rehabilitating Critical Terms and Identifying Postfeminist Attributes. *Feminist Media Studies* 1, 2001, č. 1, s. 105–121; Charlotte B r u n d s o n, Post-Feminism and Shopping Films, In: Joanne H o l l o w s – Peter H u t c h i n g s – Mark J a n c o v i c h (eds.), *The Film Studies Reader*. New York: Oxford University Press, 2000; L. S. K i m, “Sex and the Single Girl” in Postfeminism: The “F” Word on Television. *Television and Media News* 2, 2001, č. 4, s. 319–334; Rachel M o s l e y – Jacinda R e a d, Having It Ally: Popular Television (Post)Feminism. *Feminist Media Studies* 2, 2002, č. 2, s. 231–249; Diane N e g r a, Quality Postfeminism? Sex and the Single Girl on HBO. *Genders OnLine Journal* 39, 2004. Dostupné online: <www.genders.org/g39/g39_negra.html>.

49) Naomi K l e i n o v á, *Bez loga*. Praha: Argo 2005.

50) P. G i l r o y, *Postcolonial Melancholia*.

51) T. F r a n k, *One Market under God*.

52) H. G r a y, *Cultural Moves*.

53) I. W h e l e h a n, *Modern Feminist Thought: From the Second Wave to “PostFeminism.”* Edinburgh: Edinburgh University Press 1995.

54) I. W h e l e h a n, *Overloaded*.

*Culture*⁵⁵⁾ a populárněji zaměřené texty jako *Who Stole Feminism? How Women Have Betrayed Women*⁵⁶⁾ a *The New Feminism*.⁵⁷⁾ Tato publikace se také vztahuje k textům zaměřeným na populární kulturu a politiku reprezentace. Mezi ty nejvýznamnější publikované v uplynulých letech patří *Working Girls: Gender and Sexuality in Popular Cinema* Yvonne Taskerové,⁵⁸⁾ *High Contrast: Gender and Race in Contemporary Hollywood Films* Sharon Willisové,⁵⁹⁾ *The New Avengers: Feminism, Femininity and the Rape-Revenge Cycle* Jacindy Readové,⁶⁰⁾ *Prime-Time Feminism: Television, Media Culture, and the Woman's Movement since 1970* Bonnie J. Dowové,⁶¹⁾ *The Feminist, the Housewife, and the Soap Opera* Charlotte Brunsdonové⁶²⁾ a zatím poslední *The Mommy Myth: The Idealization of Motherhood and How It Has Undermind Women* Susan Douglasové a Meredith Michaelsové.⁶³⁾ Eseje Sarah Banet-Weiserové, Anny Feigenbaumové, Sarah Projansky a Hannah E. Sandersové se zabývají „dívčí mocí“ („girl power“) ve vztahu k postfeminismu, čímž aktualizují a přepracovávají texty jako např. *Feminism and Youth Culture* Angely McRobbie⁶⁴⁾ a *Daddy's Girl: Young Girls and Popular Culture* Valerie Walkerdineové,⁶⁵⁾ které identifikovaly kulturu dospívajících dívek jako důležitou oblast feministického výzkumu. Jak ukázaly nedávné publikace *All About the Girl: Culture, Power, and Identity*⁶⁶⁾ a *Girls Make Media*,⁶⁷⁾ oblast dívčí kultury nabízí stále nová témata.

Řada prominentních postfeministických textů současné mediální popkultury je zacílena přímo na mladé dívky a dívčí adolescenci. Tyto texty propojují koncept získání moci s tradičními paradigmaty identity (co se kinematografie týče, je možné jmenovat filmy jako DENÍK PRINCEZNY, CO TA HOLKA CHCE a PROTIVNÝ SPROSTÝ HOLKY, v případě televize seriály jako ALLY McBEALOVÁ a JOAN OF ARCADIA, v případě hudebního průmyslu pak zpěvačky Britney Spears a Avril Lavigne). Celkový posun femininity směrem k adolescenci je patrný jak z oslav mladé ženy jako mezníku postfeministických svobod, tak z pokračující tendence buď ženy explicitně označovat jako dívky, nebo s nimi jednoduše v každém věku jako s dívkami jednat. Navíc je adolescence v rámci postfeministické kultury do jisté míry prezentována jako všem dostupná, nabízí fantazie transcendence a útěku

55) Joanne H o l l o w s, *Feminism, Femininity and Popular Culture*. Manchester: Manchester University Press 2000.

56) Christine Hoff S o m m e r s, *Who Stole Feminism? How Women Have Betrayed Women*. New York: Simon & Schuster, 1994.

57) Natasha W a l t e r, *The New Feminism*. London: Virago, 1998.

58) Yvonne T a s k e r, *Working Girls: Gender and Sexuality in Popular Cinema*. London: Routledge, 1998.

59) Sharon W i l l i s, *High Contrast: Gender and Race in Contemporary Hollywood Films*. Durham: Duke University Press 1998.

60) Jacinda R e a d, *The New Avengers: Feminism, Femininity and the Rape-Revenge Cycle*. Manchester: Manchester University Press 2000. State College: Pennsylvania University Press 1996.

61) Bonnie J. D o w, *Prime-Time Feminism: Television, Media Culture, and the Woman's Movement since 1970*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press 1996.

62) Charlotte B r u n d s o n, *The Feminist, the Housewife, and the Soap Opera*. Oxford: Clarendon 2000.

63) Susan D o u g l a s – Meredith M i c h a e l s, *The Mommy Myth: The Idealization of Motherhood and How It Has Undermind Women*. New York: Free Press 2004.

64) A. M c R o b b i e, *Feminism and Youth Culture: From "Jackie" to "Just Seventeen."* Basingstone: Macmillan 1991.

65) Valerie W a l k e r d i n e, *Daddy's Girl: Young Girl and Popular Culture*. London: Palgrave 1997.

66) Anita M. H a r r i s (ed.), *All About the Girl: Culture, Power, and Identity*. New York: Routledge 2004.

67) Mary Celeste K e a r n e y, *Girls Make Media*. New York: Routledge 2006.

od jiných oblastí zkušenosti. Fantazijní charakter adolescence v mnoha postfeministických fikcích naznačuje spojení s magií, do níž spadá i okouzlení konzumem.⁶⁸⁾ Při analýze těchto reprezentací je pak nutné, jak připomíná Sarah Projansky, rozlišovat mezi skutečnými životy reálných dívek a jejich kulturou a způsobem, jakým je tento termín používán pro jejich označení. Projansky se snaží zmapovat způsoby, jakými tištěná média nakládají s dívkou jako se znakem. Takové mapování musí částečně připustit obtížnost zobrazování dospělé ženy v současné postfeministické kultuře, tj. problém, který, jak poznamenaly Angela McRobbie a Charlotta Brundsonová, souvisí s konstrukcí feminismu jako něčeho, o čem se nemluví. Současně je nezbytné, abychom nepodceňovali význam a kvality dívčí kultury nebo abychom takové negativní přístupy alespoň podrobili analýze.

Důraz na dívky, dívčí kulturu a „zdívčování“ (*girlishnes*) žen vychází nejen ze všudypřítomné reprezentace těchto témat, ale také z klíčové pozice, jaká je v rámci postfeminismu přisuzována metaforám spojeným s věkem a generačními rozdíly. Jednou z nejčastěji opakovaných postfeministických generačních metafor je konstruování mezigeneračních vztahů, v nichž dívky a mladé ženy užívají svobod vybojovaných jejich matkami a babičkami. Takový konstrukt je současně užitečný i omezující. Jedním z ústředních problémů, s nimiž se musíme vyrovnat, je tak vztah mezi postfeminismem (jako idiomem populární kultury) a třetí vlnou feminismu jako vědeckější kategorií. Oba tyto přístupy spojuje nespokojenost s feminismem, který se snaží nahradit nebo doplnit. Oba také v rámci chronologie, na níž staví, něco opomíjí. Postfeminismus ignoruje stále vitální feministický aktivismus, třetí vlna feminismu se, jak poznamenává Kimberly Springerová, zase vyhýbá dějinám černošských feministických hnutí.⁶⁹⁾ I když akademické obory formálně připustily existenci některých sociálních odlišností, jiné se zdají být více než kdy dříve na okraji zájmu.

Dobře známé pnutí uvnitř akademického feminismu – tendence definovat ho v úzce vymezených společenských termínech – je dále upevňováno fantaziemi postfeministické kultury o třídně a rasově výlučném úspěchu žen. Naopak homosexuální identita (*queerness*), která může být konstituována jak na základě bílé rasy, tak na základě konzumerismu, sloužila v postfeministické kultuře (a lze dodat, že i ve feministické vědě) v roli zprostředkovatele.⁷⁰⁾ Zbavena svého původního konfrontačního politického programu, může být účinně začleněna skrze rétoriku volby, v níž je sexuální identita primárně vyjadřována konzumními praktikami. Populární média (zejména televize) mají v tomto smyslu tendenci konstruovat *queerness* jako zvolený životní styl asociovaný s určitými způsoby konzumování, které charakterizují přepych a městské prostředí. Naproti tomu kategorie společenské třídy, jež přiživuje strašáka sociální imobility a (relativní) ne-

68) Rachel M o s l e y, *Glamorous Witchcraft: Gender and Magic in Teen Film and Television*. *Screen* 43, 2002, č. 4, s. 403–422.

69) Kimberley S p r i n g e r, *Third Wave Black Feminism? Signs: Journal of Women in Culture and Society* 27, 2002, č. 4, s. 1059–1082. Springerová píše: „Stručně řečeno, čím více víme o feministickém aktivismu žen z etnických menšin, tím méně je analogie s vlnami udržitelná“ (s. 1062).

70) Ke zprostředkující funkci *queerness* a postavy homosexuálního nejlepšího přítele viz Baz D r e i s i n g e r, *The Queen in Shining Armor: Safe Eroticism and the Gay Friend*. *Journal of Popular Film and Television* 28, 2000, č. 1, s. 2–11.

schopnosti konzumovat, zůstává problematickou oblastí asociovanou s těly vzdorujícími nové disciplíně.

Je evidentní, že akademické obory chápou a používají termín postfeminismus různým způsobem, býval označován výrazy jako *nový sexismus* či *retrosexismus* a často zaměňován s třetí vlnou feminismu, od níž je potřeba ho velmi opatrně odlišovat (třetí vlna je sebereferenční termín, spíše než že by ji tak označovala populární média). Definitivní vymezení a kategorizace postfeminismu jsou prchavé stejně, jako jsou odkazy na postfeminismus všudypřítomné. Za rozporuplností postfeministického diskursu částečně stojí jeho jednoznačně populární charakter. Postfeminismus jako pojem vzešel z neakademického prostředí a jako takový postrádá vědeckou přesnost a vymezení. Otázky, které stojí před feminismem jako vědeckým oborem, se proto netýkají ani tak využitelnost postfeminismu jako pojmu (jehož nekoherentnost můžeme v tomto kontextu chápat jako omezení), ale spíše strategií, kterými můžeme pojmut a uchopit důrazně odmítavý postoj postfeminismu k feminismu. Jak lze očekávat od populárního modu, v němž postfeminismus operuje, feminismus je konstruovaný jako jiný, jako extrémní. Je to právě náročnost feminismu, jeho jasné vymezení a jeho sklon zacházet „příliš daleko“, co postfeminismus prosazující střední cestu a střední třídu odmítá.⁷¹⁾

Sem spadá také postava aktivní či akční hrdinky, která je v postfeministické kultuře problematickou ikonou nově nabyté ženské moci. Přestože se feministická kritika stavěla k postavě akční hrdinky rozporuplně, akční hrdinka je i nadále zdrojem fascinace, jak ukazují nedávno vyšlé studie *Hardboiled and High Heeled: The Woman Detective in Popular Culture*,⁷²⁾ *Framing Female Lawyers: Women on Trial in Film*⁷³⁾ a *The Erotic Thriller in Contemporary Cinema*.⁷⁴⁾ Všudypřítomnost akční hrdinky jako referenčního bodu v řadě dalších textů (nejfrekventovanější je postava Lary Croft a Buffy, přemožitelky upírů) je důkazem zájmu akademiků, kritiků i studentů se postavou akční hrdinky zabývat, přičemž jejich zájem se někdy kryje se snahou sladit slast a politiku, které jsou do jisté míry vnímány jako kategorie, jež si navzájem protiřečí.⁷⁵⁾ Při zkoumání populární kultury je důležité, stejně jako to dělala mediální studia, brát v potaz diváckou slast diváček/čtenářek, a zabývat se reálnými publiky. Přesto však, jak upozorňují například Christine Holmlundová, Sarah Projansky a další, feministická analýza neznamena jen oslavu slasti nebo konzumování, jakkoliv je můžeme vnímat jako transgresivní aktivity.⁷⁶⁾

71) Joanne Hollowsová si například všimla prohibitivních konotací feminismu ve vztahu ke konstrukci luxusního domácího života jako rozkoše z provinění. Viz J. H o l l o w s, *Can I Go Home Yet?*

72) Linda M i z e j e w s k i, *Hardboiled and High Heeled: The Woman Detective in Popular Culture*. New York: Routledge 2004.

73) Cynthia L u i c i, *Framing Female Lawyers: Women on Trial in Film*. Austin: University of Texas Press 2005.

74) Linda Ruth W i l l i a m s, *The Erotic Thriller in Contemporary Cinema*. Edinburgh: Edinburgh University Press 2004.

75) Viz např. Marta M c C a u g n e y – Neal K i n g (eds.), *Reel Knockouts: Violent Women in the Movies*. Austin: University of Texas Press 2001; Sherrie I n e s s (ed.), *Action Chicks: New Images of Tough Women in Popular Culture*. London: Palgrave 2004.

76) Christine H o l m l u n d, *Impossible Bodies: Femininity and Masculinity at the Movies*. London: Routledge 2002; S. P r o j a n s k y, *Watching Rape*.

Touto problematiku se zabývá Lisa Coulthardová ve svém studii o násilí, akci a feminizmu v hitu Quentina Tarantina *KILL BILL*. Podle Coulthardové je problémem stále narůstajícího množství feministických textů, které se zaměřují na akční hrdinku nebo drsňačku, to, že se nezabývají významem násilí, které je podle ní na zmíněných filmových textech nejpozoruhodnější. Typický je i sklon věnovat jen málo pozornosti při analýze akčních hrdinek otázkám rasy a etnicity.⁷⁷⁾ Podobně jako texty věnující se romantickým komediím a současnému žánru ženského filmu staví na vedlejší kolej filmy, v jejichž centru je černošská hrdinka, tak se žánrová feministická kritika jen zřídka věnuje filmům s „ne-bílou“ hlavní hrdinkou.⁷⁸⁾ Do jisté míry je zde ve hře cyklická logika „mainstreamu“. Kritériem významu filmů se pro mnohé novináře a kritiky stává jejich komerční úspěch či návštěvnost. I když je takový přístup pochopitelný a smysluplný, kultura, v níž (také) žijeme, zahrnuje i úzce specializované segmenty trhu. V éře, kdy již televizní vysílání neovládá jen několik velkých společností, ale i řada malých televizních kanálů, si filmová a televizní studia nemohou dovolit omezovat svůj zájem pouze na kanonické a prominentní texty.

Postfeminismus obvykle zobrazuje ženskou moc tak, že současně jemně kritizuje či zesměšňuje heterosexuální maskulinitu. Pravidelně také pracuje s homosexuální mužskou identitou. Některé typické postfeministické žánry, jako například „svatební“ filmy, skutečně staví na jasné (ale nikoliv konfrontační) mužské homosexuální postavě. Jak poznamenává Elizabeth Freemanová, „zobrazení ‚heterosexuálních‘ svateb se často točí kolem postavy homosexuála, jehož přítomnost u obřadu a nepřítomnost u jeho důsledků zaštiťuje heterosexuální manželství“.⁷⁹⁾ Naproti tomu postfeminismus naprosto vylučuje ženskou homosexualitu, s výjimkou těch forem, které jsou pro muže nejpříjemnější, to znamená zbavených potenciálně feministických asociací a naopak obdařených sexuálním šarmem. Holdování voyerismu a zároveň jeho kritizování, které je typické pro seriál *THE L WORD* vysílaný na televizní stanici Showtime, je v tomto ohledu příznačné. Životy leseb zprostředkované zvědavým heterosexuálním pohledem, jenž je kódován jako mužský i ženský, jsou fetišizovány a oslavovány zároveň.

Naším cílem není jednoduše oslavovat ikony postfeministické kultury – formování já jako projektu, drsňačky, ženy-kulturistky jako vyjádření aktivity – nebo svobodu ve smyslu svobody nakupovat a podstupovat plastické operace. Úkolem feministické kritiky je přistupovat k formám populární kultury se skepsí, ptát se, zda politika identity ne-

77) Analýza zaměřená na tyto otázky viz Mary B e l t r á n, Mas Macha. *The New Latina Action Hero*. In: Y. T a s k e r (ed.), *Action and Adventure Cinema*. London: Routledge 2004, s. 186–200.

78) Přestože se například často odkazuje k filmům Pam Grierové ze 70. let 20. století, jen málo feministických vědkyň se jimi zabývalo detailně. Nedávno se tohoto úkolu ujala Christine Holmlundová ve studii *Wham! Bam! Pam! Pam Grier as Hot Action Babe and Cool Action Mama*. *Quarterly Review of Film and Video* 22, 2005, s. 97–112. Viz též Jennifer D e V e r e B r o d y, *The Returns of Cleopatra Jones*. *Signs: Journal of Women in Culture and Society* 28, 1999, č. 1, s. 91–121. I když se v současnosti herečky afroamerického původu, jako např. Vivica A. Foxová, pravidelně objevují v hlavních a vedlejších rolích v akčních filmech, jen zřídka jsou tyto filmy středem pozornosti feministické vědy, která naproti tomu věnuje značnou energii prominentním bílým akčním hrdinkám např. z cyklů *VETŘELC*, *TERMINÁTOR* a *BUFFY, PŘEMOŽITELKA UPÍRŮ*.

79) Elizabeth F r e e m a n, *The Wedding Complex: Forms of Belonging in Modern American Culture*. Durham: Duke University Press 2002, s. 2.

vyhnutelně vytváří politiku já, jež ústí do charakteristické postfeministické konstrukce „sebe jako projektu“. Stejně tak se ovšem nesnažíme zkoumat postfeministickou kulturu nebo jí porozumět jednoduše proto, abychom ji mohli předem odmítnout. Obrazy a ikony postfeministické kultury jsou podmanivé. Ženy a dívky, které na tento narativní repertoár skočily, nejsou hloupé. Postfeminismus jako idiom feminismu popularizuje (a stejně tak i karikuje), přičemž ho odmítá i evokuje zároveň. V široké oblasti mediálních studií kritika stále zkoumá význam populárních textů v termínech buď – anebo. Texty od BUFFY po Brintey jsou buď progresivní, nebo regresivní, osvobozující, či svazující. Přítomný sborník se k využitelnosti tohoto modelu staví rezervovaně. Může kdy vůbec, ptáme se, reflektovat složitost a ambivalenci populární kultury či postfeminismu? Postfeministická kultura je charakterem postmoderní a svou sebereflexivitou mobilizuje podmínky své vlastní kritiky. Neumožňuje jednoznačně rozlišovat mezi texty progresivními a regresivními. Přesto je nutné vypracovat nové strategie čtení, jež umožní čelit popularizované verzi feminismu, figuracím ženské moci a obratné neutralizaci feministické kritiky v postfeministických textech.

Feminismus nás vyzývá ke kritice mocenských vztahů a k tomu, abychom si představovali svět jiný, než jaký je, abychom přemýšleli o odlišných vzorcích práce, života a volného času. I postfeministická kultura přináší představy přerodu a obnovení, které konvenují pouze po změně. Zaměřovat jedno za druhé nicméně nikam nevede. Feministická kritika médií se v minulosti soustředila na zviditelňování potřeb žen a jejich života a na denaturalizaci konstruktů ženské kultury jako čehosi přirozeně vnitřně banálního či triviálního. Postfeministická kultura předkládá jiné výzvy. Postfeminismus vytlačuje tradiční formy trivializací a vytváří iluzi novosti, zároveň přitom ale vrací znovu do hry povědomá témata genderové reprezentace. Ukazuje tak, že hlas feministické kritiky je stále nezbytný.

Přeložil Jan Hanzlík

Přeloženo z anglického originálu: Yvonne T a s k e r – Diane N e g r a, Introduction. *Feminist Politics and Postfeminist Culture*. In: Yvonne T a s k e r – Diane N e g r a (eds.), *Interrogating Postfeminism: Gender and the Politics of Popular Culture*. Durham – London: Duke University Press 2007, s. 1–23. Text byl redakčně krácen na místech, která odkazovala ke konkrétním textům sborníku, jehož úvod tvoří.

Citované filmy:

Ally McBealová (Ally McBeal; tv seriál, 1997), *Animální přitažlivost* (Someone Like You...; Tony Goldwyn, 2001), *Až si vydechnu* (Waiting to Exhale; Forest Whitaker, 1995), *Buffy, přemožitelka upírů* (Buffy the Vampire Slayer; tv seriál, 1997), *Co ta holka chce* (What a Girl Wants; Dennie Gordon, 2003), *Deník Bridget Jonesové* (Bridget Jones's Diary; Sharon Maguire, 2001), *Deník princezny* (The Princess Diaries; Garry Marshall, 2001), *Deník šílené manželky* (Diary of a Mad Black Woman; Darren Grant, 2005), *Extreme Makeover* (tv seriál, 2002), *Francouzský polibek* (French Kiss; Lawrence Kasdan, 1994), *Ground Force* (tv seriál, 1998), *Hodná holka* (The Good Girl; Miguel Arteta, 2002), *Changing Rooms* (tv seriál, 1997), *Joan of Arcadia* (tv seriál, 2003), *Kate a Leopold* (Kate & Leopold; James Mangold, 2001), *Kill Bill* (Quentin Tarantino, 2003), *Kill Bill 2* (Quentin Tarantino, 2004), *Lara Croft: Tomb Raider* (Simon West, 2001), *Lara Croft Tomb Raider: Kolébka života* (Lara Croft Tomb Raider: The Cradle of Life; Jan de Bont, 2003), *Life Begins* (tv seriál, 2004), *Matrix* (Larry a Andy Wachowski, 1999), *Matrix Reloaded* (Larry a Andy Wachowski, 2003), *Matrix Revolutions* (Larry a Andy Wachowski, 2003), *Nevinný výlet* (How Stella Got Her Groove Back; Kevin Rodney Sullivan, 1998), *Pán prstenů: Dvě věže* (The Lord of the Rings: The Two Towers; Peter Jackson, 2002),

Pán prstenů: Návrat krále (Lord of the Rings: The Return of the King; Peter Jackson, 2003), *Pán prstenů: Společenstvo Prstenu* (The Lord of the Rings: The Fellowship of the Ring; Peter Jackson, 2001), *Protivný sprostý holky* (Mean Girls; Mark Waters, 2004), *Přes noc třicátkou* (13 Going On 30; Gary Winick, 2004), *Queer Eye for the Straight Guy* (tv seriál, 2003), *Sex ve městě* (Sex and the City; tv seriál, 1998), *Terminátor* (The Terminator; James Cameron, 1984), *Terminátor 2: Den zúčtování* (Terminator 2: The Judgment Day; James Cameron, 1991), *Terminátor 3: Vzpouza strojů* (Terminator 3: Rise of the Machines; James Cameron, 2003), *Vetřelec* (Alien; Ridley Scott, 1979), *Vetřelci* (Aliens; James Cameron, 1986), *Vetřelec³* (Alien³; David Fincher, 1992), *Vetřelec: Vzkříšení* (Alien: Resurrection; Jean-Pierre Jeunet, 1997), *What Not to Wear* (tv seriál, 2002), *Zoufalé manželky* (Desperate Housewife; tv seriál, 2004), *Život v deltě* (Down in the Delta; Maya Angelou, 1998).