



Sylwia Chutnik

Uniwersytet Warszawski

ALL THAT GLITTERS IS NOT GOLD. STRATEGIE KONTRKULTURY FEMINISTYCZNEJ W KONTEKŚCIE CIAŁA I WŁADZY

**All that glitters is not gold. Strategies of feminist
alternative culture in the context of body and power**

Abstract

The text refers to the phenomenon of feminist counterculture in Poland and abroad and its trade with the aesthetics of glamour. The main argument applies subversive use of glitz and glamor as the idea of power on the economic and social level. The article based on examples of the feminist punk rock – riot grrrl and artistic groups Radical Cheereaders presents the impact of popular culture on the feminist message.

Powiedzenie „All that glitters is not gold” oznacza, że nie wszystko, co jest świecące i kuszące okazuje się złotem. Przyjęło się, że pochodzi ono z XX wieku lub jeszcze wcześniej, od twórczości Ezopa. Goeffrey Chaucer w XIV wieku pisał: „But all thing which that schyneth as the gold / Ne is no gold, as I have herd it told” oraz w odmiennej wersji:

„Hyt is not al golde that glareth”. Myśl tę rozsławił William Szekspir w dziele *Kupiec wenecki*: „All that glisters is not gold / Often have you heard that told” używając archaicznej wersji wyrazu „blask” – *glister*. Popularne tłumaczenie na język polski: „Nie wszystko złoto, co się świeci” zostaje wykorzystywane jako powiedzenie w życiu codziennym. Ale *glitter* to również brokat, symbol kultury dyskotekowej oraz i campowego redefiniowania popularnych obrazów. Jak podkreśla Dominika Kotuła:

Camp [...] oznacza bowiem charakterystyczny splot afektacji, emfazy, ostentacji, wysublimowania, przewrotnej zabawy ze złym smakiem, błyskotliwości, lekkości oraz uroczystej przesady posuniętej niejednokrotnie do granic groteski. Zwłaszcza prymat (swoiście pojętego) estetyzmu nad moralnością oraz żartobliwe przedstawianie tego, co jest dla mówiącego istotne, zdają się wciąż stanowić esencję campowej wrażliwości¹.

Czy zatem *glamour* może stać się w *campowej* zabawie symbolem nie tyle elegancji, ale złego smaku? Czy kontrkultura feministyczna – zarówno zachodnia, jak i polska – ma jasno nakreśloną strategię względem „mitów urody”, o których pisała Naomi Wolf, czy woli raczej bawić się atrybutami mody i kultury masowej w sposób subwersywny i twórczy? Jednym słowem: czy feminizm może kusić blaskiem i jednocześnie okazać się złotym środkiem do emancypacji? Artykuł poświęcony będzie próbie analizy (kontr)kultury kobiecej w kontekście cielesności od lat 90. XX wieku do czasów współczesnych oraz pojęciu dziewczynskości jako nowemu modelowi *glamour riot*, czyli buntu w wersji *de luxe*.

Potoczne skojarzenia z *glamourem* to eleganckie panie w sukniach z Hollywood, tiarach na starannie ufryzowanych głowach oraz o wystudiowanych gestach podpatrzonych u aktorek w stylu Grace Kelly. To właśnie takie kobiety stały się inspiracją dla wielu kobiet związanych z muzyką punk rockową do kopiowania ich stylu. Kopiowanie było oparte na zasadzie ironii czy przeskalowania przypominającego *drag queen*, kobiet bawiących się w konstrukcje kultu-

1 D. Kotuła, *Detronizacja powagi. Szkic o obecności campu w polskiej prozie*, „Studia de Cultura” 2012, <http://www.studiadecultura.up.krakow.pl/article/download/1538/1328>, [dostęp: 4.11.2014].

rowej kobiecości. Wielopłaszczyznowość znaczeń przebiegająca na poziomie ekonomicznym, politycznym, klasowym czy społecznym zdaje się jasno określać pozornie tylko neutralną kategorię „blasku”. Trawestując: „Niewinny *glamour* nie istnieje”. Łączy się z nim zawsze wykluczenie. Aktorki korzystały ze stworzonego przez bogate wytwórnictwo filmowe stylu, który miał podkreślać ich pozycję, bogactwo i pewnego rodzaju spełnienie snu o księżniczce, mocno wpisanego w socjalizację dziewczynek. „Blask” miał osłepiać, onieśmiewać i jasno ustawiać hierarchię nie tylko rozumianą jako twórca-odbiorca, ale i piękny-brzydki, bogaty-biedny, beztroski-bezrobotny.

Glamourowanie rozumiane jako estetyzacja przejęły niektóre piosenkarki kultury popularnej (głównie Madonna, ale i Gwen Stefani, zespół Shakespears Sister czy Lana del Rey) oraz niszowej (Kathleen Hanna, Courtney Love). Są to jednak dwa rodzaje odniesienia się do tego zjawiska: subwersywne i jawnie krytykujące. W wersji nadającej nowe znaczenia przykładem może być Madonna, która rozpowszechniła *voguing*. Jest to styl tańca polegający na odtwarzaniu figur i póz, które przybierały aktorki i gwiazdy na okładkach pism. W dokumencie Jennie Livingston *Paris is burning* z 1990 roku poznajemy nie tylko zasady konkursów tego tańca, ale i całe środowisko, które wytworzyło się w latach 80. w Nowym Jorku. Byli to głównie homoseksualiści, transseksualiści, transgenderyści, *drag queens* i inni. Ich granie *glamour* balansowało między przedrzeźnianiem a aktorskim wcielaniem się w kreowane postaci. Gesty, figury, pozy czy taniec były pokazywane publicznie – nawet jeśli w zamkniętej społeczności klubowej – co dodawało całej akcji wymiaru performatywnego. Udawanie bogactwa było elementem wcielania się w osoby, którymi nigdy nie będzie się mogło być. Mając na uwadze swoje ograniczenia materialne, klasowe, płciowe czy rasowe środowisko, przedstawione w dokumencie, starało się stwarzać nowe hierarchie i związki społeczne. Granie w *glamour* było dla nich przyczynkiem do poszukiwań swojej tożsamości i znajdowania dla siebie miejsca. Interpretację *glamour* w wersji ironicznej ukazywały natomiast wokalistki stylu *Riot Grrrl*. Poszczególne elementy kojarzone z blichtrzem wykorzystywały one w swoich kreacjach wizerunkowych.

Kilka słów o samym stylu muzycznym: w 1990 roku powstała najbardziej znana grupa z tego żeńskiego nurtu punk rocka: Bikini Kill. Wokalistka zespołu, Kathleen Hanna, wraz z koleżankami zaczęła

wydawać *zine'a* o nazwie „Riot Grrrl” (nazwa pochodziła od jednostronicowej ulotki – odezwy na temat przestępstw na tle rasistowskim w Ameryce). W pierwszym numerze dziewczyny zamieściły *Manifest Riot Grrrl*², który wyznaczył główne obszary zainteresowań tego nurtu: ciało, patriarchy i władza.

Jedna z działaczek tego ruchu pisała, że „zjednoczył dziewczyny z ruchu punk. Mogły wreszcie tworzyć własną tożsamość i dzielić się doświadczeniami. Feministyczny charakter tego ruchu jest logiczną konsekwencją jego kobiecego charakteru”³. Styl ubierania się i projektowania okładek płyt czy plakatów zapowiadających koncerty Riot Grrrls wydaje się charakterystyczny dla kontrkultury punkowej, ale ma też swoje cechy odrębne. Uwidacznia się w nim fascynacja kulturą masową, a zwłaszcza kulturą przeznaczoną dla nastolatek. Widać to zarówno na zdjęciach z koncertów takich grup, jak Anarchicks, Bratmobile czy wczesne nagrania Hole oraz Babes in Toyland. Sukienki z falbanami, krzykliwe kolory (dominacja różowego) oraz naśladowanie, także sposobem bycia bohaterek kreskówek i bajek dla dzieci. Długie skarpety w paski i kolorowe spódnice idą w parze z zawadiackim sposobem bycia i odwagą. Nie ma znaczenia, czy przedstawicielka Riot Grrrl ma lat czternaście czy dwadzieścia pięć – z pewnością nie starają się być one obiektami pożądania. Chodzi również o podkreślenie kontrastu między wyglądem zewnętrznym, a głoszonymi przekonaniami politycznymi. Przebrane w dziewczęce halki Zbuntowane Dziewczyny mają bardzo sprecyzowane poglądy dotyczącego tego, kim chcą być i jak bardzo ich wyobrażenia nie mieszczą się w klasycznych kanonach piękna. Korzystają z własnego ciała, by wyrazić swe przekonania, i robią to dosłownie. Przychodząc na koncerty czy spotkania piszą na własnej skórze (albo na ubraniach) komentarze odnoszące się do rzeczywistości (na przykład hasła typu *Pro choice* czy dotyczące cielesności). Inne wyśmiewają się z potocznych sądów na temat kobiet (napisy w rodzaju „Dziwka” czy „Porno Laska”). Ciało wykorzystywane tu jest jako nośnik politycznych przekonań i traktowane jest jak kolejna kartka *zine'a*; z jednej strony jako nośnik sądów odgrywa rolę ideologiczną, z drugiej zostaje zakwestionowane jako obiekt seksualny.

² *Riot Grrrl Manifesto*, http://onewarart.org/riot_grrrl_manifesto.htm, [dostęp: 27.12.2014].

³ D. Ramones, *Revolution Grrrl Style Now!*, „Biuletyn OŚKa” 1991, nr 1, s. 51.

Warto również wspomnieć o kolejnym projekcie muzycznym Kathleen Hanna: zespół Le Tigre, który jawnie nawiązywał do klasycznie rozumianej urody kobiety, jednocześnie igrając z nią, mając jako członkinię niejaką JD Simpson, która nosi dość spory wus. Zawieszono między płciami kulturowymi członkinie zespołu śmiało korzystały z estetyki *glamour* jednocześnie ją krytykując. W jednym z najbardziej znanych tekstów piosenki zespołu Le Tigre *The Empty* zespół wskazuje na puste znaczenie gestów i sztuki wykonywanej przez gwiazdy podziwiane w telewizji i goszczące na łamach kolorowych magazynów:

Gwiazdy wsiadają i wysiadają z samochodów
I wciąż zastanawiamy się, kiedy będziemy czuć coś prawdziwego
Czekając na Mikołaja, który nigdy nie przyjdzie
Prawdziwa impreza, a nie tylko ludzie, którzy zabawę udają
Ale wszystko zostanie usunięte, zanim zostanie powiedziane
I wszystko, co się świeci nie jest złotem, kiedy w środku jest martwe
Poszłam na twój koncert, ale nic nie czułam
Nic nie słyszałam
(kochanie), dlaczego nie mówisz do mnie?
(kochanie) po prostu chcesz mnie pustą
(kochanie) ty nic nie mów!
(kochanie), dlaczego nie możesz mi odpowiedzieć? Wszystko, co się świeci nie jest złotem
Obejrzałam twój film, ale nic nie zobaczyłam
Poszłam do twojego klubu komediowego, ale wcale się nie śmiałam
Nie mówisz
Nie mów nic⁴.

Kontrkulturowe grupy feministyczne nawiązania do splendoru łączą zwykle z jego degradacją. Jeśli piękna suknia, to razem z podartymi rajstopami. Jeśli staranny makijaż, to potargane włosy. Trochę tak, jakby feministki chciały pokazać: wiemy, jak grać w waszą grę, ale świadomie ją psujemy. Takie działanie rozumiane może być również jako stwarzanie siebie na własnych zasadach, gdzie tradycyjnie pojmowany „kobiecy wizerunek” zderza się z elementami kontrkultury: ćwiekami, skórami czy badzikami. Zmienia się znaczenia i kontekst „ładności”. W wersji kontrkulturowej to specyficzna interakcja między blichtrzem,

⁴ Tekst *The Empty* zamieszczony na wkładce do płyty pod tytułem *Le Tigre*, (tłumaczenie własne).

splendorem a widzami. Anty – *glamour* składa się z detali zapożyczonych, czy wręcz ukradzionych, a następnie wykorzystanych w nowych konfiguracjach, prowadzących tym samym do nowych znaczeń. To na poły zabawa, na poły prawdziwa walka z hierarchizacją wyglądu kobiety. *Glamour* jest tu jednak rozumiany dość powszechnie, jako kwintesencja splendoru, sławy i marzenia o wiecznym dążeniu do „wyśnionego modelu życia”, jak pisała o zjawisku Virginia Postrel w książce *The Power of Glamour*⁵. Pragnienie? Tak, w tym kontekście nie ma od niego ucieczki. Naomi Wolf w *Micie piękności* zwracała uwagę na to, że kobiety muszą pragnąć piękna, a mężczyźni muszą pożądać kobiet, które je posiadają⁶. Dążenie do piękna rozumianego jako spełnienie marzenia o wysokiej pozycji w społeczeństwie i całkowitego dostosowania się do wymogów dotyczących wyglądu poszczególnych płci poszerza znacznie samego wyrażenia. Owo piękno to nie tylko wygląd: to również pragnienie, niespełnienie i niepokój. To bergerowskie „więcej” odnoszone nie tylko do konsumpcji dóbr materialnych, ale i konsumpcji mitów dotyczących tego, kim ma być kobieta i co oznacza blichtr. Wiąże się z nim nie tylko wygląd, ale i autorytet. Nie ma sensu być piękną, jeżeli nic z tego nie wynika dla nas samych – jeżeli wygląd nie jest wpisany w siatkę społecznych znaczeń. Przytaczany przez Johna Bergera przykład portretu pani Siddons pokazuje, że dopóki obiekt nie jest wytworem zazdrości, nie jest związany z blichtr⁷. Jego znaczenia są neutralne, indywidualne i bez większych możliwości wpływu na drugą osobę. Dopiero kiedy widzimy go w kontekście pożądania czy zazdrości staje się marzeniem. Podobnie pisze o tym Virginia Postrel: *glamour* nie występuje jako indywidualny obiekt, to zawsze jest „interakcja między obiektem a publicznością”⁸.

Obserwując dokonania trzeciofalowe feminizmu, tak bardzo przecież zanurzone w kulturę popularną i bez kompleksów korzystające ze wszystkiego tego, co dotychczas było „zakazane” w feminizmie, możemy na nowo spojrzeć na pojęcie „dziewczyńskości”, czyli pewnego

5 V. Postrel, *The Power of Glamour: Longing and the Art of Visual Persuasion*, New York 2013.

6 N. Wolf, *Mit piękności*, [w:] *Antropologia ciała*, red. J. Kowalski-Leder, I. Kurz i in., Warszawa 2008, s. 103.

7 J. Berger, *Sposoby widzenia*, przeł. M. Bryl, Warszawa 2009.

8 V. Postrel, dz. cyt., s. 12.

rodzaju konstrukcję kulturowo-polityczną. Byłaby ona, z jednej strony, gestem buntu wobec drugofalowej „powagi” w kontekście figury kobiecości⁹, z drugiej subwersywnym działaniem odzyskania pojęcia, które w obecnej kulturze stało się seksualizującym i deprecjonującym określeniem pewnego rodzaju zawieszenia między dzieciństwem a dorosłością¹⁰, kojarzącego się z „lolitą” a nie wyzwoleniem; czasem przejścia, w którym nie działają zwyczajowe prawa, a dotychczasowe reguły nie mają zastosowania. Możemy te działania odnieść również do konstrukcji splendoru jako elementu grania z ciałem. Ciekawym przykładem może być wykorzystanie różowego koloru, który jeszcze dla drugiej fali feminizmu był przede wszystkim synonimem koloru zarezerwowanego dla dziewczynek (w przeciwieństwie do niebieskiego dla chłopców). Był również symbolem całej seksistowskiej kultury, z jej fabrykowaniem kobiecego ciała jako elementu opresyjnego (lalka Barbie, wybory miss, *cheerleading*, balowe suknie na bal maturalny, przemysł zabawkarski dla dziewczynek). *Glamour* w wersji różowej stawał się symbolem infantylizacji kobiet i próbą nawiązywania do kiczowatych przedstawień księżniczek jako symboli szczęścia dziewczynki i kobiety w kulturze popularnej¹¹. Różowy wykorzystywany był również jako symbol nisko-

⁹ Warto w tym miejscu prześledzić, jak poszczególne nurty feminizmu podchodziły do tego określenia. Zob: R. P. Tong, *Myśl feministyczna. Wprowadzenie*, przeł. J. Mikos, B. Umińska, Warszawa 2002. Zwłaszcza rozdział o feminizmie radykalnym i postmodernistycznym.

¹⁰ Zob: raport Amerykańskiego Towarzystwa Psychologicznego na temat seksualizacji dziewcząt, który ukazał się kolejno w 2005 i 2007 r. W wersji zaktualizowanej jest dostępny na stronie Stowarzyszenia Twoja Sprawa: <http://www.twojasprawa.org.pl/dokumenty/RaportAPA-polski.pdf>, [dostęp: 2.11.2014].

¹¹ Do takiego wniosku można dojść między innymi w czasie czytania pism przeznaczonych dla najmłodszych. Na przykład magazyn „Disney Księżniczka” reklamuje dołączanie do każdego numeru „atrakcyjnego prezentu”, którym jest zwykłe korona, berło lub plastikowa imitacja brylantów. Dodatkowo, wewnątrz pisma, znajdziemy rubrykę „Księżniczka miesiąca”, gdzie czytelniczki prezentują się w stylizacjach pełnych długich sukien i „księżniczkowych” fryzurach przywodzących na myśl wybory małej miss. Wydawca zachwala ten cykl: „Mnóstwo naszych czytelniczek pragnie zostać Księżniczką miesiąca!”. Pragnienie bycia wybraną to synonim szczęścia dla wszystkich tych, które pretendują do bycia eleganckimi, bajecznymi księżniczkami. Cytat ze strony wydawnictwa Egmont: http://www.egmont.pl/pl/czasopisma/nasze_czasopisma/art8.html, [dostęp: 27.12.2014].

płatnej pracy, czyli tak zwanego sektora zawodów sfeminizowanych (*pink collar*). W trzeciej fali feminizmu różowy został niejako przejęty i „od-zyskany”. Dla niektórych feministek młodego pokolenia był niczym ukradziony sztandar, który – po aktach profanacji (*radical cheer-leading*, projekty związane z *dead Barbie*) – stał się jednym z symboli „dziewczyńskiego” widzenia świata (wykorzystany został nawet w muzyce popularnej, gdzie wokalistka o pseudonimie Pink śpiewa teksty z wyraźnym akcentem feministycznym).

Przerabianie i odzyskiwanie dawnych symboli szczególnie widoczne jest we wcześniej opisanym nurcie *Riot Grrrl*. To w nim, jak w soczewce, widać praktyki subwersji¹². Emancypacyjna taktyka subwersji znana jest od dekad, chociaż czasem wiąże się z nią ryzyko niezrozumienia intencji oraz – w efekcie – wzmocnienie stereotypu. Jednak w przypadku odtwarzania atrybutów blichtru obserwujemy z jednej strony karykaturę zjawiska, z drugiej twórcze wykorzystanie jego elementów: zagarnianie ich.

Czasami uwalnianie się od schematów i odrzucenie *glamourowania* przybiera formy pozornego poddawanie się ich formom. Socjolożka Lauraine Lebran w książce *Pretty in punk. Girls' gender resistance in a boys' subculture* zauważa, że dziewczyny płacą wysoką cenę za stawanie się punkiem, w związku z odmową tradycyjnej „gry w kobiecość” oraz za podjęcie próby zmian zasad owej gry. Konsekwencją tego jest, między innymi, publiczne zaczepianie przez nieznajomych i komentarze (lub wykorzystywanie) seksualne przez mężczyzn. Przez swój sposób bycia i wygląd są wyrzucane ze szkół, odrzucane przez rodziców oraz niepokozone przez policję. Mimo wszystko badaczka uważa, że dziewczyny wykorzystują kontrkulturę, aby móc oprzeć się wpisaniu w „kobiecość”, rozumianą tu jako opresja i pułapka uniemożliwiająca autodefiniowanie się. Paradoksalnie więc, identyfikacja z dość „męską” kulturą punk jest formą wyzwolenia i próba uchwycenia własnego głosu. Działa to na zasadzie kolejnych możliwości „sprawdza-

12 Zob. R. Kulpa, *Kicz – subwersja – kamp. Szkic antropologiczny*, dostępny na stronach Naukowego Koła Gender Nic Tak Samo, Uniwersytet Wrocławski, (<http://www.nts.uni.wroc.pl>) do 2008 r., później dostępne na stronie Uniwersytetu Łódzkiego: http://kulturoznawstwo.uni.lodz.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=1209&Itemid=148&catid=58, [dostęp: 3.11.2014].

nia się” w sytuacjach skrajnych, aby poznać swoje reakcje oraz znaleźć najwłaściwszą dla siebie ścieżkę przetrwania.

W Polsce bezpośrednio nawiązanie do idei *Riot Grrrl*, przy silnym wpisaniu się w kontrkulturę feministyczną, widoczne było w działalności Radykalnych Czirliderek związanych z anarchofeministyczną grupą nieformalną Emancypunx¹³ i Dziewczyny w Akcji. Ruch *Radical Cheerleaders* narodził się przy okazji protestów antyglobalistycznych, głównie w środowisku feministycznym. Samo określenie „cheerleaderki” można tłumaczyć jako „dodające otuchy, wiwatujące”. Trochę tańca, trochę gimnastyki artystycznej i skandowanie na cześć popieranej drużyny. Dziewczyny towarzyszą meczom piłki nożnej, futbolu amerykańskiego czy koszykówki. Ich zadaniem jest zachęcać sportowców do walki, zabawiać publiczność w czasie przerw i stanowić ozdobę „męskich” rozgrywek. Bycie cheerleaderką oznacza wysoką pozycję społeczną i prestiż, który czasem przekłada się na przykład na awans w pracy. W Stanach Zjednoczonych rolę szkolnej cheerleaderki wpisuje się do oficjalnego życiorysu. „Zagrzewanie do walki” w wykonaniu szczupłych i atrakcyjnych nastolatek to symbol amerykańskiego sportu, ale też wyraźny znak, jaką rolę odgrywać ma kobieta. Jest mile widziana właśnie jako maskotka. Ma być ładna i powinna być zręczna, aby cieszyć oko rozentuzjasmowanych kibiców¹⁴.

Po raz pierwszy w roku 1998, w Seattle, kolorowy korowód dziewczyn i chłopców zakpił z oficjalnych cheerleaderek. Chodziło o wyśmianie i pokazanie w krzywym zwierciadle zjawiska symbolizującego amerykańską kulturę masową. Zamiast pięknych dziewcząt na ulicach pokazały się osoby o całkiem pospolitym wyglądzie. Bez idealnego

13 Pierwsza grupa nieformalna w ramach ruchu anarchofeministycznego w Polsce powstała w 1995 r., najpierw jako Kobiety Przeciwko Dyskryminacji i Przemocy później przekształcone w Emancypunx. Była to organizacja wyrosła z warszawskiego ruchu antyfaszystowskiego. KDP starała się konsolidować kobiety w środowisku alternatywnym i za swój cel stawiała działania polityczne i publiczne. Działania te dotyczyły między innymi takich tematów jak: prawa kobiet do legalnej aborcji, antyfaszysmu, propagowania feminizmu i antyseksizmu w ramach ruchu alternatywnego, oraz działań proekologicznych. Szerzej na ten temat S. Chutnik, *Czarno-różowa rewolucja Radykalnych Chirliderek*, „Zadra” 2003, nr 2, s. 51.

14 Zob. M. E. Hanson, *Go! Fight! Win! Cheerleading in American Culture*, Bowling Green 1995.

ciała wykorzystywanego w przemyśle reklamowym, za to z atrybutami kontrkultury punk (dreadlocki, piercing, ćwieki). Nie tylko tańczyły, ale jednocześnie skandowały hasła polityczne. Nie intrygowały standardowym seksualizmem, lecz kolorowym wyglądem i pomysłowością ubioru. Nie epatowały cielesnością, lecz kwestionowały obowiązujący wzór wyglądu. Podobnie jak Riot Grrrls czy inne grupy kobiece, demonstrantki wykorzystywały grę z konwencjami. Pomieszały symbole erotyczne (krótkie spódniczki czy obcisłe podkoszulki) z symbolami kontrkultury (wymienione wcześniej ćwieki czy podarte rajstopy). Radykalne Czirlidery odmawiały koncentrowania się tylko na wyglądzie zewnętrznym, zrezygnowały z depilowania włosów pod pachami czy na nogach, ich makijaż był rozmazany, a ubrania podarte. W kontynuacji tego typu działań można pokusić się o przywołanie rosyjskiej grupy Pussy Riot – zarówno jeśli chodzi o estetykę, jak i przekaz społeczno-polityczny. W krytyce klasycznego wyglądu zbliżone poglądy ma również ukraińska grupa Femen, która przeprowadziła akcję mającą na celu przerwanie pokazu mody autorstwa Niny Ricci w Paryżu (wrzesień 2013), gdzie aktywistki skandowały między innymi hasło „wybieg to nie sklep mięsny”.

Zarówno w działalności Radykalnych Czirliderek, jak i Pussy Riot obserwować można zabiegi karnawalizacji: pfc, blichtru i działań politycznych. Trzymając się klasycznej definicji Michaiła Bachtina¹⁵ w tym kontekście podkreślić należy takie cechy działalności feministek związanych z kontrkulturą, jak: wytworzenie „świata na opak”, czyli odrzucenie dotychczasowych praw i zwyczajów, oficjalnych hierarchii, podkreślanie względności porządku i hierarchii codziennego świata, ekscentryczność, elementy bluźnierstwa czy profanacji, błazenady (z wykorzystaniem parodii czy groteski), śmiechu, epatowanie obrazami niestosownymi, skandalizujący język, mieszanie wysokiego z niskim, powagi ze śmiechem. Widoczne są tu również zabiegi komercjalizacji kontrkulturowych atrybutów i przejęcia ich przez kulturę blichtru. To ciekawy trop, który warty jest odrębnego omówienia. O zjawisku komercyjnego zawłaszczania haseł i atrybutów feministycznych pisała

¹⁵ M. Bachtin, *Twórczość Franciszka Rabelais'go a kultura ludowa Średniowiecza i Renesansu*, przeł. A. i A. Gorenio, Kraków 1975.

między innymi Naomi Klein w książce *No Logo*, w którym analizowała przejście pierwotnie kontrowersyjnych haseł do sfery „fajności” z możliwością czerpania z nich zysku. *Glamour* rozumiany jest tu jako składnia sukcesu finansowego i efekt materialnego wykorzystania emancypacyjnych idei.

Parodiowanie *glamour* niezależnie od tego, czy zmierza ono do przekształcania znaczeń, czy jawnej krytyki, stanowi pewną formę odebrania władzy kulturze blichtru i odzyskania kobiecego ciała, choćby w tej najbardziej skromnej formie: symbolicznej. Przejawy kontrkultury feministycznej, takie jak grupy muzyczne czy performerskie, wydają się być jednak zawieszane między fascynacją splendorem a odrzucaniem go w sposób jawny i radykalny poprzez protest, happening czy demaskatorski tekst piosenki. Niezależnie do prób podejmowanych przez te grupy, *glamour* wydaje się na tyle silnym zjawiskiem, że trudno jest pominąć go przy rozważaniach dotyczących idei kobiecego ciała czy kulturowych napięć między władzą a niezależnością.