

M e l a n i e P l ö ß e r

Das  
**Girlie-**  
Phänomen,

eine neue

Jugendkul





tur?



**N**iedliche Zöpfchen, kurzer Rock, derbe Stiefel, jede Menge Selbstbewußtsein und total viel Spaß – so stellte sich Mitte der neunziger Jahre ein neuer Mädchentypus vor: das Girlie. Und von der Modezeitschrift bis zum Zeitgeistmagazin schienen sich die Medien einig zu sein: Die Emanzipation ist vollbracht!

„Girlies können küssen und kopfrechnen“, jubelte der STERN, „Sie sehen aus wie Lolas und treten zu wie Bruce Lee“, freute sich der SPIEGEL, „Sie sind schnodderig und reichlich körperbetont“, meinte YOYO, und das Zeitgeistmagazin TEMPO malte das Bild vom Girlie, das schwere Kampfstiefel zum knappen Minirock trägt und in dessen Zimmer die unbezahlten Strafzettel und die Aspirin-tabletten gegen die Folgen durchzechter Nächte neben Chanelpuder, einer Dose Cola-Light und der Wimpernzange liegen.

### Vom Riot Girl zum Girlie

Bevor das neue Girlie-Wunder in den deutschen Medien gefeiert werden durfte, hatte es sich jedoch zuvor einer dramatischen Verniedlichungskur unterziehen müssen. Riot Girls (riot, engl.: Aufruhr, Krawall) nennen sich ihre rotzigen Schwestern aus den USA, die jenseits des Atlantiks mit feministischen Songs und Texten für Aufmerksamkeit sorgen. Die subkulturellen Bewegungen junger Frauen hatten sich zu Netzwerken zusammengeschlossen, um mit Konzerten, selbstgegründeten Zeitschriften oder als All-Girl-Bands das herauszuschrei(ben),



Riot-Girl-Band „Hole“

was sie an ihrem Mädchen- und Frauendasein im modernen Amerika belastet: überzogene Schönheitsideale, sexuelle Belästigung, Mißbrauch, die mangelnde Solidarität unter Mädchen und die ständige Überschattung durch Jungenkulturen.

Auch über ihr Styling verliehen die Riot Girls ihren feministischen Aussagen Nachdruck: Entweder im Smut-Look – mit zerfetztem Babydoll-Kleidchen und verschmiertem Lippenstift, oder aggressiv in Militärtiefeln mit einem über den Bauch gekritzelten Wort „Slut“ (Schlampe) wurde die eigene geschlechtsspezifische Unterdrückung stilisiert. Die amerikanische Riot-Girl-Bewegung zelebrierte und überspitzte – ähnlich wie die Punkkultur – die gesellschaftlichen Stigmatisierungen, die ihnen von der dominanten Mehrheitskultur zugeschrieben wurden.

So verwendeten beispielsweise viele Musikerinnen der Riot-Girl-Szene für sich selber Begriffe wie „Slut“ oder „Bitch“, um über die eigene, neu besetzte weibliche Verwendung Männern die Definitionsmacht über diese Worte zu nehmen.

Die amerikanische Riot-Girl-Bewegung kann also als subkultureller Versuch gedeutet werden, die jugendkulturellen Möglichkeiten und habituellen Praktiken von Mädchen und jungen Frauen zu verändern, indem Ritualisierungen von Schönheit und Bilder weiblicher, verletzlicher Körperlichkeit in Frage gestellt und ihrer lähmenden Wirkung wie auch ihrer Objekthaftigkeit entlarvt werden. Riot Girls erhoben den Anspruch auf eine eigene rockige, aufregende Kultur, die sich gefälligst ungeachtet männlicher Betrachtung und Bewertung entwickeln soll – auf eine Kultur, die ihnen eine eigene Definition von Mädchensein ermöglicht.

Durch die weichspülerhafte deutsche Medienaufbereitung erfuhren die Inhalte und Stilmittel der amerikanischen Riot-Girl-Szene jedoch eine drastische Relativierung. **Aus dem provokanten und aggressiven Riot Girl wurde das niedliche Girlie, und aus dem quer über den Bauch geschriebenen Wort „Slut“ wurde ein „Superbabe“- oder „Pussy“-Aufdruck auf engem rosafarbenen T-Shirt.**

**D**och nicht nur Äußerlichkeiten und Namen wurden medienkompatibel hergerichtet – auch die Inhalte der Riot Girls verschwammen. So verklang der wütende Aufschrei über die Unge-

rechtigkeiten des Mädchendaseins in einem lustig geträllerten „Ich bin so froh, daß ich ein Mädchen bin“.

### ... so froh, daß ich 'n Mädchen bin

Froh, ein Mädchen zu sein – dieser Spaß am eigenen Geschlecht beinhaltet nach Ansicht der Medien die Kernidee des neuen emanzipierten Girlie-Wunders.

Schnell zeigte sich jedoch, daß dieses Medienphänomen in keiner Weise eine neue, geschweige denn eine emanzipierte Mädchengeneration beschrieb.

Vielmehr gibt die Bilderflut, mit der die Medien ihre Entdeckung des Girlie-Phänomens zu dokumentieren versuchten, ein eindrucksvolles Zeugnis von den Spielregeln einer traditionellen Mädchenkultur, die wie eh und je durch patriarchalische gesellschaftliche Strukturen dominiert und bestimmt werden.

**D**enn bei der näheren Betrachtung des neuen Girlie-Wunders, das sich vor allem auch durch seine Konsumierbarkeit auszeichnet (selbst der Kaufhauskatalog warb bald mit dem „frechen neuen Girlie-Outfit“), wird deutlich:

Die Vorzeige-Girlies der Medien präsentieren eine Form der Mädchenkultur, in der die Mädchen ihre Identität wie gewohnt über die Notwendigkeit der Körperinszenierung – und der damit verbundenen männlichen Bewertung – erfahren müssen.

Wie schon Generationen von Mädchen zuvor erproben sich auch die Girlies wieder in Erleb-

niswelten, in denen sie letztlich nur Anerkennung über die imaginären Lösungen von Schönheit und Konsum finden.

In diesem Sinne kann auch nicht von einer neuen, einer alternativen Mädchenkultur oder gar von einer Mädchenbewegung gesprochen werden.

Das Phänomen Girlie entlarvt sich vielmehr als Scheinprodukt, als eine Inszenierung der Medien, die den Mädchen eine Revolution verkaufen wollen, die sich letztlich aber als eine weitere Bindung an die ausbeuterischen Spielregeln von Mädchenalltag herausstellt. Denn eben diese Spielregeln erlauben den Mädchen nur dann einen Platz in den Medien, wenn diese trotz des viel beschworenen neuen Selbstbewußtseins zuckersüß im Minirock und mit Cola-Light daherkommen.

### Schnodderig und frech – das neue Selbstbewußtsein der Girlies

*„Es dauerte einige Zeit, bis Brigitte begriff, warum Tanja, vorher liebenswürdig und einfühlsam, auf einmal schnodderig und reichlich körperbetont auftrat. Der lustige Minirock erschien plötzlich in einem anderen Licht. In Kombination mit Tanjas neuen Schnürstiefeln strahlte er ein freches Selbstbewußtsein aus und machte an.“*

Mit dieser Szene versuchte beispielsweise die junge Frauenzeitschrift YOYO das neue selbstbewußte Auftreten der Girlies ihren Leserinnen zu veranschaulichen. Interessant scheint, daß sich mit dem neuen äußeren Styling der

Mädchen auch eine gleichzeitige innere Verwandlung vollzogen haben soll. Eben noch „nett und liebenswürdig“ in Ballerinaschuh, heute schon „rotzig und selbstbewußt“ im Militärstiefel.

**A**hnlich warben auch die Videoclips der Rockgruppe „Aerosmith“ mit dem angeblich neuen selbstbewußten Lebensgefühl der Girlie-Generation: So lautet der Clip „Crying“ mit Hauptdarstellerin und späterer Girlie-Ikone Alicia Silverstone sowohl die modische als auch die innere Verwandlung der neuen Mädchengeneration mit einer zeitgemäßen, ansprechenden Bildergeschichte ein: Silverstone (in kurzem Rock und schweren Schuhen) ist geschockt über ihren untreuen Freund. Sie läßt sich tätowieren, piercen und macht den Jungen anschließend mit einem spektakulären Bungeesprung wieder auf sich aufmerksam. Im Nachfolgevideo „Crazy“ demonstriert Alicia Silverstone gemeinsam mit Jungschauspielerin Liv Tyler weitere lustige Seiten des Girlie-Daseins: Die beiden reißen aus dem Internat aus, verdrehen den Jungen reihenweise die Köpfe und erzielen schließlich für einen Auftritt in einem erotischen Tanzwettbewerb den ersten Preis. All das macht augenscheinlich viel Spaß.

**D**ie Kurzbeschreibung dieser beiden als Girlie-Videos gehandelten Musikclips einer Männerrockband mögen verdeutlichen: Die Bilder, die vom neuen Girlie-Dasein gezeichnet werden, unterscheiden sich in nichts von denen, mit denen Mädchenalltag nicht auch schon vor einer ver-



meintlichen Girly-Revolution beschrieben werden konnte. Nun, ein neues Piercing wirkt cooler als vollgeweinte Kissen ob des untreuen Freundes, ein Bungeesprung trendiger als eine Selbstmorddrohung – die von den Medien proklamierte Loslösung von traditionellen Rollenmustern findet aber nicht statt. Im Gegensatz zu ihren wütenden Riot-Girl-Schwestern oder auch Ur-Girl Madonna scheinen die neuen Medien-Girlies alle Widersprüche, alle Belastungen des Mädchenseins für sich aufgelöst zu haben. Vielmehr knüpfen sie an bestehende Erwartungshaltungen und Sichtweisen an und versuchen auf kindliche, naive (eben ungefährliche) Art und Weise das Beste beziehungsweise das Spaßigste aus eben diesen Umständen zu machen.

Der Blickwinkel, der weiterhin entscheidet, ob die Mädchen Spaß haben oder nicht, ist der männliche. So beinhaltet auch der Auftritt der beiden Videoclip-Darstellerinnen in dem Erotik-Tanzwettbewerb eine interessante Botschaft. Die eigene erotische Zurschaustellung muß für ein Girly ganz und gar nicht sexistisch sein, sondern kann eine Demonstration von weiblichem Selbstbewußtsein bedeuten – weibliche Körperinszenierungen scheinen also endlich uneingeschränkt Spaß zu machen: Männern wie auch Mädchen.

**S**o bleibt also selbst das neue Selbstbewußtsein, mit dem die Medien den neuen Mädchentypus bewarben und das sich stilistisch über die Adaption von

männlichen Dresscodes (z. B. Militärtiefeln) und im Verhalten über die Annäherung an Ausdrucksformen eines jungentypischen Habitus präsentieren sollte, folgenlos. **Die militärischen Boots wirken nicht furchteinflößend, wenn sich die Mädchen dem anderen Geschlecht weiterhin über Minirock, Wonderbra und Zopfspange in altbewährter Form als niedliche und verletzte Schönheitsobjekte zu erkennen geben.**

Sowohl die Annäherung an die habituellen Praktiken von Jungenkultur (auch zutreten, sich zur Wehr setzen, feiern, rauchen können) als auch ihre gleichzeitige Relativierung getreu dem Motto „Ja, aber nicht zu sehr“ verweisen letztlich auf bekannte Muster weiblicher Initiationspraktiken. Neu sind also nicht die Girlyes, neu sind allenfalls die offen dargelegten Spielregeln und Muster von traditionellem Mädchenalltag. Durch ihre Hochstilisierung, ihre Verknüpfung mit dem allgegenwärtigen Spaßattribut, durch ihre Konnotation mit einem revolutionären, emanzipatorischen Element wird hier nur einmal mehr versucht, Mädchen an die repressiven, verändernden und ausgrenzenden Regeln einer somatischen Mädchenkultur zu binden. Und anders als bei den Riot Girls, die die Folgen dieser habituellen Körperinszenierungen wie Eßstörungen oder Schönheitsterror thematisieren, so scheint den Girlyes – laut Medien – das Mädchensein mit all seinen Widersprüchen und Ambivalenzen einfach nur Spaß zu machen.

Auch der Aspekt, daß den Mädchen überhaupt einmal ein medi-

aler Platz eingeräumt wird und das Thema einer weiblichen Jugendkultur nach all den Diskussionen über Jungenkulturen wie Skater oder Hooligans in das öffentliche Gespräch gebracht wird, gibt allenfalls Anlaß zu kurzer Freude.

Schließlich werden die hier beschriebenen Mädchen genauso dargestellt, wie es die patriarchale Gesellschaft bisher gewohnt war – nämlich als „modebegeisterte, kleine Naivchen“, die sich trotz ihres angeblich neuen Selbstbewußtseins letztlich doch nur wieder in eine Kultur einfügen lassen, in der es einmal mehr um die Identifikationsmöglichkeit der Mädchen via Herrichtung und Zurschaustellung des eigenen Körpers geht.

## **Girly sein – Mädchenalltag mit ganz viel Spaß**

Ein Vergleich zwischen den amerikanischen Riot Girls und den sogenannten Girlyes veranschaulicht vor allem, daß es einen Unterschied macht, ob Mädchen sich selber beschreiben, sich zu Wort melden und sich Gehör verschaffen oder ob Medien über Mädchen sprechen und so einen angeblich neuen Mädchentypus kreieren.

Riot Girls sagen selber, wie sich ihr Mädchen-, ihr Frausein darstellt, was ihnen daran gefällt und was nicht. Girlyes sagen nichts, „sie werden gesagt“ – von herrschenden Medien, deren zumeist männliche Redakteure oder Regisseure sich ausdenken, was denn alles so spaßig sein könnte, wenn man(n) ein Mädchen ist: also ein bißchen rotzig, ein bißchen nied-

lich naiv mit lustigen Zöpfchen, ein bißchen Femme fatale mit Wonderbra und Minirock.

**G**irlie-Sein – das steht also für gewöhnlichen Mädchenalltag – nur bitte schön jetzt mit „total viel Spaß, Sex und Selbstbewußtsein“. Eine Schönredneri, von der sich die Mädchen selbst nicht so leicht überzeugen lassen. Sie lassen sich das „Medienkonstrukt Girlie“ nicht überstülpen. Sie trotzen der Verniedlichung, denn sie wissen:

Mädchen brauchen kein neues, revolutionäres Girlie-Ideal, das ihnen die Umwertung ihrer Alltagspraktiken in „total viel Spaß“ verheißt, sondern eine realistischere Darstellung von Mädchenalltag: die Darstellung eines Alltags, in dem Kopfrechnen und unbezahlte Strafzettel nicht die höchsten aller revolutionären Handlungen darstellen – eines Alltags, in dem die Folgen der patriarchalen Strukturen auf Mädchenkultur, die ständige Überschattung durch Jungenkulturen, thematisiert und kritisiert werden können. Eines Alltags, in dem Mädchensein sich nicht nur durch Cola-Light, Puder und Wimpernzange ausdrücken muß.

Eines Alltags, in dem Mädchen selber sagen, was es bedeutet, ein Mädchen, ein Riot Girl oder ein Girlie zu sein – und was daran Spaß machen kann und was nicht.

Melanie Plößer, Dipl.-Pädagogin, mehrjährige Tätigkeit in der offenen Jugendarbeit und der Mädchenarbeit, Mitarbeit an einem interkulturellen Stadtteilprojekt, Wissenschaftliche Schwerpunkte: Interkulturelle Mädchenarbeit, Cultural Studies, Differenzverhältnisse

