

Inleiding

Worstelen, sterkste van de klas, slecht over voelen terwijl het iets goeds is.

Danicha Leliveld als kind, een creatief meisje, altijd aan het tekenen en knutselen. Hutten bouwen, in bomen klimmen en de bestuurbare auto laten rijden. Fantastisch! Hoe bijzonder is het dat deze Danicha Leliveld, zich nu fascineert voor compleet andere dingen in de wereld. Een wereld van glitters, glanzende en iridescent objecten, drukke prints, fel kleurgebruik, stickers, kralen, kleding, tijdschriften en diamanten. Voor deze draai van 180 graden is (nog) geen verklaring gevonden.

Als kind in 1996, besef je niet dat "I'll tell you what I want, what I really really want" van het liedje Wannabe van de Spice Girls, eigenlijk een feministische boodschap is. Dat besef is er nu in 2014 wel degelijk. In dit onderzoek wordt als uitgangspunt het motto van de Spice Girls genomen: Girl Power. Wat Girl Power inhoudt, leggen de Spice Girls zelf het beste uit. Dit doen ze tijdens hun carrière veelvuldig, waaronder in een radio-interview tijdens hun eerste bezoek aan New York (circa 1997):

'Spreadin' a positive vibe, kickin' it for the girls and having a laugh. It's not about picking up guys, we don't need men to control our life, we control our lives anyway (Melanie B).' - "So that's what I'm saying pick up some American men that you can control (Mannelijke interviewer)." 'Noooo. You haven't got it. (Melanie B)'. 'Who do you need controlling then speaking on behalf of American men, do you? (Geri)'. - "What's more power than men? (Mannelijke interviewer)." "Cause we'll be happy to come down there to Seattle and educate you (Geri).'¹

Uit hun argumentatie blijkt dat Girl Power in essentie draait om positiviteit, opkomen voor jezelf en andere vrouwen en niet te vergeten, lol hebben. Het onderzoek heeft ook deze insteek. Er wordt bewust *niet* gekeken naar de verschillen tussen vrouwen en mannen, dit is geïnspireerd door bovenstaande uitspraken van de Spice Girls. Dit onderzoek zal alleen over meisjes/vrouwen gaan, omdat zodra er vergelijkingen worden gemaakt, in dit geval tussen vrouwen en mannen, deze kunnen resulteren in goed/slecht, positief/negatief. Het onderzoek is een viering van het meisje-zijn, in de geest van Girl Power. Een interessant gegeven is dat Linda Duits en Pedro de Bruyckere in *Meisjes kijken* beschrijven dat ze hadden verwacht dat onderzoek naar meisje-zijn een positief beeld zou laten zien. Dat blijkt niet het geval:

'(...) Al deze vormen van populaire cultuur vieren het meisje-zijn. Het meisje wordt een superheld. Het idee leeft dat meisjes alles kunnen worden. Daardoor zou je verwachten dat het onderzoek naar meisjescultuur een positief beeld zou laten zien. Dat is niet zo. Girlpower wordt voornamelijk bekritiseerd.'²

Met dit onderzoek worden de positieve kanten van het meisje-zijn niet alleen geïllustreerd maar juist versterkt. Dus: Girl Empowerment.

Uit vooronderzoek is gebleken dat er nog geen term is om de hedendaagse meisjescultuur te omschrijven. Een term die in de buurt komt is 'matriarchaal/matriarchaat'. Een Google zoekopdracht naar 'matriarchaal' resulteert in: 'Bedoelde u patriarchaal?'. Matriarchaal/matriarchaat komt van het Latijnse woord 'mater' en Griekse 'archè'. Matriarchaat staat voor een maatschappijvorm waarin vrouwen en vrouwelijke cultuur op basis van hun moederschap domineren. Daarnaast een maatschappij waarin vrouwen een leidinggevende rol op economisch,

¹ 'Spice Girls explain Girl Power'. <https://www.youtube.com/watch?v=X5jelg6sxj8>, geraadpleegd op 18-10-14.

² Duits L. en De Bruyckere, P. (2013) *Meisjes kijken: Wat houdt pubermeisjes echt bezig?* Culemborg: Van Duuren Psychologie, p.26.

politiek en maatschappelijk gebied spelen, zogenaamde '(...) female dominated societies.'³ Aangezien dit onderzoek toegespitst zal worden op meisje-zijn en meisjescultuur is 'Girl Culture' een term die beter aansluit op de insteek van het onderzoek.' Professor Pamela J. Bettis van Washington State University en Professor Natalie G. Adams van University of Alabama citeren Professor Joan J. Brumberg van Cornell University die 'Girl Culture' als volgt omschrijft:

'Girl culture is the key to understanding what it means to be a young woman today or in the past. In every historical epoch, girls have formed a unique set of activities and concerns generated by their developmental needs as well as the adult society in which they live. What girls do, how they think, what they write, whisper and dream, all reveal a great deal about them and about us.'⁴

Volgens Adams en Brumberg omvat 'Girl Culture' dus het 'zijn' van een jonge vrouw in de samenleving in de breedste zin van het woord, van activiteiten waaraan ze deelnemen, tot gedachten, dromen en gedrag.

Tijdens dit onderzoek wordt er ingegaan op de verschillende aspecten van 'Girl Culture'. Aan de hand van een literatuuronderzoek in combinatie met analyse van videobeelden, interviews, videoclipps en speeches zal een beeld geschetst worden van de veelomvattendheid van deze term. In welk opzicht mist het hedendaags feministisch gedachtegoed een viering van het meisje-zijn? Hoe kun je door middel van 'Girl Culture' op een positieve manier bijdragen aan 'Girl Empowerment'? Welke rol heeft Girl Power tijdens de jaren '90 hierin gespeeld en in hoeverre kan dit gezien worden als startschot voor de Derde Feministische Golf? Bevinden we ons momenteel in een Vierde Feministische Golf, of zijn we een zijweg ingeslagen en hoe noemen we die dan?

Kortom, welke rol zou 'Girl Culture' vanaf de jaren '90 voor een nieuwe stroming binnen het feministische gedachtegoed kunnen spelen? Om deze vraag te kunnen beantwoorden zal in de eerste paragraaf een kort overzicht worden gegeven van de Eerste, Tweede en Derde Feministische Golf. Daarop volgend zal in de tweede paragraaf de term 'Girl Culture' verder worden uitgelegd. Vervolgens worden in de derde paragraaf verschillende aspecten van 'Girl Culture' beschreven ingedeeld per thema: 'Girl Culture' in muziek/film/literatuur/kunst, onderwijs/opvoeding, mode/kleding, en werksfeer. Tenslotte zal in de conclusie geanalyseerd worden of een verdieping van 'Girl Culture' binnen het feministische gedachtegoed nodig is om 'Girl Power' een herstart te geven.

³ Bamberger, J. (1974): The Myth of Matriarchy: Why Men Rule in Primitive Society, in Rosaldo, M.Z.; Lamphere, L., *Woman, Culture, and Society*, pp. 263–280, Stanford University Press

⁴ Bettis, P. en Adams, N. (2005) *Geographies of Girlhood. Identities In-Between* Mahwah, New Jersey en Londen: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, p. 277.

1 Feminisme

De achtergronden van 'Girl Culture' zijn voornamelijk te herleiden naar de Derde Feministische Golf. Toch is het van belang om een kort overzicht te geven van de belangrijkste achtergronden, gebeurtenissen en de resultaten tijdens de Eerste en Tweede Golf. De vrouwen die tijdens de Eerste en Tweede Golf in de salons de orde hebben verstoord en de barricades op zijn gegaan hebben de grondslag gelegd voor niet alleen stemrecht en de abortuswet maar zeker ook voor Girl Power. Want meisje, ook jij bent een feminist. Britse schrijfster en feminist Caitlin Moran legt in haar boek *How To Be a Woman* uit waarom jij als meisje (en vrouw) een feminist bent, aan de hand van een simpele test die je nu gelijk even mee kunt doen: Doe je hand in je broek. a) Heb je een vagina? en b) Wil je daar de baas over zijn? Heb je beide vragen met "ja" beantwoord, van harte gefeliciteerd! Je bent een feminist!⁵ Moran stelt elke vrouw de vraag: Wat denk je dat feminisme is?

'(...) What do you think feminism IS, ladies? What part of liberation for women is not for you? Is it freedom to vote? The right not to be owned by the man you marry? The campaign for equal pay? "Vogue", by Madonna? Jeans? Did all that good shit GET ON YOUR NERVES? Or were you just DRUNK AT THE TIME OF SURVEY?'⁶

1.1 De Eerste Feministische Golf

Tijdens de Eerste Golf zetten vrouwen zich in om iets te veranderen aan ongelijkheid en discriminatie in de samenleving en in het bijzonder op het verwerven van vrouwenkiesrecht. In 1848 vond in New York de eerste vrouwenrechten conventie plaats: The Seneca Falls Convention. Elizabeth Cady Stanton (1815-1902) benadrukte de gelijkheid van vrouwen en het streven naar gelijke kansen voor vrouwen: 'I would have girls regard themselves not as adjectives but as nouns.'⁷ De Seneca Falls declaratie kan gezien worden als de start van de Eerste Feministische Golf.⁸ Het verwerven van vrouwenkiesrecht ging in twee fases, in 1917 passief en in 1919 actief.⁹

1.2 De Tweede Feministische Golf

Vanuit de Eerste Feministische Golf was de opkomst van de Tweede Golf eigenlijk onvermijdelijk. Vilan van de Loo beschrijft dat de Eerste Golf eigenlijk te weinig had opgeleverd voor vrouwen. De ongelijkheid in de samenleving was nog steeds aanwezig.¹⁰ De Tweede Golf ontstond tijdens de jaren zestig die op verschillende terreinen, waaronder de politiek, de traditionele rolverdeling in de samenleving ter discussie stelde. Het gedachtegoed tijdens de Tweede Golf was radicaler van aard dan tijdens de Eerste Golf. Dit vanwege de connecties met linkse bewegingen anti-oorlogsbewegingen, studenten opstanden en homo-emancipatie. In Nederland was er veel strijd over het zelf kunnen beslissen van vrouwen over abortus¹¹, waarvan de 'Baas in eigen buik' acties

⁵ Moran, C (2012) *How To Be a Woman*. Ebury Press, p. 79-80.

⁶ Moran, C (2012) *How To Be A Woman*. Ebury Press, p. 80.

⁷ Krolokke, C en Sorensen A. (2006), *Gender Communication Theories and Analyses. From Silence to Performance*. SAGE Publications, Inc, p. 5.

⁸ Krolokke, C en Sorensen A. (2006), *Gender Communication Theories and Analyses. From Silence to Performance*. SAGE Publications, Inc, p. 3.

⁹ Ribberink, A. "Rebellerende vrouwen", *Socialisme en democratie*, 61, 2004. p. 92.

¹⁰ Van de Loo, V. (2005) *De vrouw beslist. De tweede feministische golf in Nederland*, Wormer: Inmerc, p. 14.

¹¹ Ribbebrink, A. "Rebellerende vrouwen", *Socialisme en democratie*, 61, 2004. p. 93.

van Dolle Mina de bekendste zijn.¹² De Tweede Golf werd gekenmerkt door een 'wij-gevoel' onder vrouwen, actievoeren was *de* manier om verandering in de samenleving tot stand te brengen.¹³ Een bekende leus uit die periode is: 'Het persoonlijke is politiek.'¹⁴

1.3 De Derde Feministische Golf

De Derde Golf ontstond tijdens de jaren negentig en werd gekenmerkt door 'meer kansen, minder seksisme.'¹⁵ Vrouwen tijdens de Derde Golf zijn opgegroeid met de privileges en vrijheden waar vrouwen tijdens de Eerste en Tweede Golf voor gevochten hebben: 'The Third Wave is buoyed by the confidence of having more opportunities and less sexism.'¹⁶ Schrijver en feminist Rebecca Walker wordt onder andere in *Gender Communication Theories and Analyses. From Silence to Performance* en 'Feminism Past and Present: Ideology, Action, and Reform' genoemd als grondlegger van de Derde Feministische Golf¹⁷ met haar uitspraak 'I am the Third Wave'.¹⁸ Geïnspireerd door een generatie levend in een nieuwe wereld gevormd door onder andere de val van het communisme, nieuwe religieuze en fundamentalistische dreiging en de risico's van de nieuwe informatie- en biotechnologie. In Amerika wordt het feminisme van de Derde Golf ook wel "grrl feminism" genoemd, in Europa "new feminism."¹⁹ Derde Golf feminisme kan getypeerd worden als divers en chaotisch, er ontstonden in deze periode dan ook veel zijstromingen, waarvan Girl Power er een is.²⁰

1.3.1. Girl Power

Zoals in de inleiding beschreven is voor dit onderzoek Girl Power als uitgangspunt genomen. De Spice Girls introduceerden tijdens de jaren negentig de term Girl Power waarmee ze meisjes/vrouwen vertelden dat ze absoluut in staat waren zelf een goed en leuk leven te leiden. Girl Power betekende voor meisjes dat onafhankelijkheid en lol hebben met je vriendinnen belangrijker is dan afhankelijk zijn en geen controle over je eigen leven te hebben. Oftewel: '(...) being who you

¹² Duits, L. en De Bruyckere, P. (2013) *Meisjes kijken: Wat houdt pubermeisjes echt bezig?* Culemborg: Van Duuren Psychologie, p.23.

¹³ Van de Loo, V. (2005), *Het nieuwe onbehagen*, Wormer: Inmerc bv, p.53.

¹⁴ Duits, L. en De Bruyckere, P. (2013) *Meisjes kijken: Wat houdt pubermeisjes echt bezig?* Culemborg: Van Duuren Psychologie, p. 24.

¹⁵Krolokke, C en Sorensen A. (2006), *Gender Communication Theories and Analyses. From Silence to Performance*. SAGE Publications, Inc, p. 15.

¹⁶ Krolokke, C en Sorensen A. (2006), *Gender Communication Theories and Analyses. From Silence to Performance*. SAGE Publications, Inc, p. 15.

¹⁷ Paglia, C. "Feminism Past and Present: Ideology, Action, and Reform", *Arion*, 16.1, 2008, 14. en Krolokke, C en Sorensen A. (2006), *Gender Communication Theories and Analyses. From Silence to Performance*. SAGE Publications, Inc, p. 16.

¹⁸ Snyder-Hall, R. "What Is Third-Wave Feminism? A New Directions Essay", *Journal of Women in Culture and Society*, 34, 2008, p. 176.

¹⁹Krolokke, C en Sorensen A. (2006), *Gender Communication Theories and Analyses. From Silence to Performance*. SAGE Publications, Inc, p. 17.

²⁰ Krolokke, C en Sorensen A. (2006), *Gender Communication Theories and Analyses. From Silence to Performance*. SAGE Publications, Inc, p. 17.

wannabe.²¹ Een deel van het grote succes van de Spice Girls was te danken aan hun toegankelijkheid, ze werden gepresenteerd als “every girl”²², ieder meisje kon zich wel identificeren met Geri, Mel B, Mel C, Emma of Victoria:

‘they’re the mirror of Every Girl who’s out there slaving away in school or at a boring job, sick of being trodden on, waiting for the evening or the weekend to roll around so they can go out and have fun. They dress in the fashions...that people buy every day from the High Street stores, the clothes Every Girl sees when she goes shopping at lunch time.’²³

Het meisje-zijn wordt gevierd, het idee leeft dat meisjes alles kunnen worden door ambitieus, assertief en onafhankelijk te zijn. Ook na de Spice Girls blijft Girl Power bestaan, iedereen heeft ervan gehoord en weet ongeveer waar het voor staat. Girl Power betekent voor meisjes verbetering van het zelfvertrouwen, terugdringen van depressie en het veranderen van ‘gender roles’,²⁴ dus omschakeling in visie op wat er vanuit traditionele rolverdelingen in de samenleving wordt verwacht van meisjes/vrouwen. Girl Power is een term die zowel in academische als populaire publicaties gevonden wordt en dus staat voor ‘girl empowerment’ en wordt gebruikt om de ontwikkeling en groeiende invloed van meisjes in onder andere sport, muziek, tv, film, maar ook criminaliteit aan te duiden.²⁵ Girl Power wordt door Jane Pratt, redacteur van Jane Magazine als iets anders dan een onderdeel feminisme gezien: ‘It means finding the strength and expressing the strength that’s girlie—everything from the way that girls talk to each other to having fun with make-up. (...) it refers to girls or women supporting each other (...).’²⁶

In *Girl Power*, het enige boek dat zelf door de Spice Girls is geschreven wordt op de eerste pagina van het boek aan meisjes duidelijk gemaakt wanneer ze Girl Power hebben:

‘Girl Power heb je als...jij en je vriendinnen reageren met een Rot op! als je wordt nagefloten, je hoge hakken draagt en met beide benen op de grond staat, je weet wat je kunt en niemand je kan tegenhouden, je achter je vriendinnen staat en zij achter jou, je ondanks je puistjes je trots behoudt, je in jezelf gelooft en je eigen boontjes dopt.’²⁷

Girl Power kan gezien worden als een succesvolle stroming die ervoor heeft gezorgd dat meisjes/vrouwen de vrijheid kregen om zowel karakteristieken en kenmerken van traditionele vrouwelijkheid en mannelijkheid te combineren, met de meest belangrijke kenmerken uitgedragen

²¹ Melanie Chisholm, beter bekend als Mel C legt Girl Power uit. Bettis, P. en Adams, N. (2005) *Geographies of Girlhood. Identities In-Between* Mahwah, New Jersey en Londen: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, p. 102.

²² Driscoll, C. “Girl Culture, Revenge and Global Capitalism: Cybergirls, Riot Grrls, Spice Girls”, *Australian Feminist Studies*, Vol. 14, 29, 1999, p. 173-174.

²³ Driscoll, C. “Girl Culture, Revenge and Global Capitalism: Cybergirls, Riot Grrls, Spice Girls”, *Australian Feminist Studies*, Vol. 14, 29, 1999, p. 173-174.

²⁴ Hodder, H. “Girl Power. What has changed for women - and what hasn’t”, <http://harvardmagazine.com/2008/01/girl-power.html>, geraadpleegd op 1 november 2014.

²⁵ Bettis, P. en Adams, N. (2005) *Geographies of Girlhood. Identities In-Between* Mahwah, New Jersey en Londen: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, p. 101.

²⁶ Bettis, P. en Adams, N. (2005) *Geographies of Girlhood. Identities In-Between* Mahwah, New Jersey en Londen: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, p. 102.

²⁷ Spice Girls. (1997) *Girl Power*, 's-Gravenhage: Uitgeverij BZZToH (Nederlandse vertaling), p. 7.

door de Spice Girls zelf: Positiviteit, vrijheid, onafhankelijkheid, eenheid, solidariteit en zelfvertrouwen.

2 Girl Culture

De jaren negentig zijn het decennium van het meisje, met name door de invloed van Girl Power floreert meisjescultuur. Girl Culture en Girl Power hebben het potentieel om de daling in zelfvertrouwen van meisjes tijdens de puberteit tegen te gaan.²⁸ Girl Culture omvat alles waardoor we beter kunnen begrijpen wat het betekent om een jonge vrouw te zijn, zowel in het heden als verleden. Het gaat over wat meisjes doen, hoe ze denken, wat ze schrijven en dromen.²⁹ Door BUST, een feministisch magazine, wordt Girl Culture beschreven als een set gedeelde vrouwelijke ervaringen zonder waarde-oordeel: '(...) that shared set of female experiences that includes Barbies and blowjobs, sexism and shoplifting, Vogue and vaginas (...)'.³⁰

Waar staat de term 'girl' precies voor? In *Girls. Feminine adolescence in popular culture and cultural theory* wordt de volgende definitie gegeven:

'the word [girl] became enormously popular in the last quarter of the nineteenth century. Young lady and young person—like lady and woman—had class referents; *girl* is inclusive. It takes in work girl, servant girl, factory girl, college girl or girl graduate, shop-girl, bachelor girl, girl journalist, and office girl. It includes schoolgirl as well, but she is not a child.'³¹

'Girl' is inclusief en heeft geen waarde oordeel, elke vrouw is een meisje. Dat wil zeggen dat wanneer er over 'girls' gesproken wordt het gaat over alle vrouwen (en dus ook meisjes) waarbij er geen onderscheid wordt gemaakt op basis van bijvoorbeeld afkomst, opvoeding of 'klasse'. Socioloog aan de Monash University Australië, Anita Harris beschrijft meisjes en de cultuur om hen heen vanaf de Derde Feministische Golf als 'future girl'. 'Future girl' is een meisje die wordt gevierd vanwege haar verlangen, zelfvertrouwen en vastberadenheid. Ze is de baas over haar eigen leven, benut kansen die ze ook zelf pakt en bereikt daarmee haar doelen in haar leven. Dit is precies waar Girl Power ook voor staat. Het is deze cultuur, deze invulling van Girl Culture die kenmerkend is voor de periode vanaf de jaren '90.³²

In *Third Wave Feminism. A Critical Exploration* wordt gesproken over 'girlie culture', en met name het terugpakken van tradities en symbolen die als structureel negatief worden ervaren, oftewel 'disempowerment' van meisjes. Termen als 'girl', 'bitch' en 'cunt' worden door meisjes teruggepakt, het negatieve, beledigende aspect wordt 'eruit gehaald'. Het scheldwoord wordt een compliment. Dit een ontwikkeling van 'disempowerment' naar 'empowerment' en een voorbeeld van reclaimen.³³ Reclaimen betekent letterlijk opnieuw opeisen, terugpakken. En in dit geval betekent het het opnieuw opeisen of terugpakken van iets wat kwetsend, denigrerend of op een andere negatieve wijze werd gebruikt om meisjes (en vrouwen) naar beneden te halen. Door

²⁸ Gills, S, Howie, G en Munford, R (2004) *Third wave feminism: A critical exploration*. Houndmills: Palgrave, 148.

²⁹ Bettis, P en Adams, N (2005) *Geographies of Girlhood. Identities In-Between*. Mahwah, New Jersey en Londen: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, p. 277.

³⁰ Gills, S, Howie, G en Munford, R (2004) *Third wave feminism: A critical exploration*. Houndmills: Palgrave, 142.

³¹ Driscoll, C (2013), *Girls: Feminine adolescence in popular culture and cultural theory*. New York: Columbia University Press, p. 38-39.

³² Harris, A (2004), *Future Girl. Young Women in the Twenty-First Century*. New York en Londen: Routledge, p. 1.

³³ Gills, S, Howie, G en Munford, R (2004) *Third wave feminism: A critical exploration*. Houndmills: Palgrave, 16.

middel van reclaimen zorgen meisjes ervoor dat ze zich er niet meer door laten kwetsen, zoals bijvoorbeeld een geuzennaam. Vanaf de Derde Feministische Golf wordt duidelijk dat de term 'girl' aan verandering onderhevig is. Meisjes gaan 'girl' reclaimen. Daarnaast staat 'girl' voor het moderne feminisme, waarbij meisjes en vrouwen speels, assertief en zelfs agressief mogen en kunnen zijn.³⁴ Dit is het feminisme van de Derde Golf. Girl. Spice Girls. Girl Power. 'Girl' is niet langer kleinerend voor meisjes maar girl is positief, krachtig en trots.

Ook schrijver Caitlin Moran beschrijft deze ontwikkeling en geeft een voorbeeld van reclaimen in *How To Be A Woman* aan de hand van het woord 'nigger': 'I want to reclaim the phrase (...) in the same way the black community had reclaimed the word 'nigger'.³⁵ Een ander voorbeeld van 'disempowerment' naar 'empowerment' en een typisch geval van reclaimen, maar dan met betrekking tot het woord 'bitch'³⁶:

'When it's being used as an insult, "bitch" is most often hurled at women who speak their minds, who have opinions and don't shy away from expressing them. If being an outspoken woman means being a bitch, we'll take that as a compliment, thanks.'³⁷

'Bitch' en 'slut', veelvuldig gebruikt als scheldwoorden naar vrouwen toe, zijn denigrerende termen die vanaf de jaren '90 door meisjes worden gereclaimd. De schrijvers van Bitch magazine laten met de titel van hun magazine zien dat ze 'bitch' niet langer als belediging ervaren. Het wordt een compliment. Reclaimen staat ook voor macht, meisjes omarmen termen die ze voorheen kwetsten en macht ontnamen. Door deze termen terug te pakken zijn ze niet meer kwetsend. Dit is macht.³⁸

De meiden van Bitch magazine³⁹ identificeren zichzelf als 'girlies'.⁴⁰ 'Girlie' is een stroming die voortkomt uit een kruising tussen cultuur en hedendaags feminisme (dus vanaf de Derde Feministische Golf.)⁴¹ 'Girlie' is een tegenreactie op een ontwikkeling ontstaan tijdens de Tweede Feministische Golf waarin symbolen voor meisje-zijn/vrouw-zijn een negatieve lading kregen. Voorbeelden daarvan zijn Barbie, het huishouden doen en 'girl talk'.⁴² 'Girlies' zijn volwassen vrouwen, halverwege de twintig tot eind dertig. Hun feministische principes zijn gebaseerd op het

³⁴ Krollokke, C en Sorensen A. (2006), *Gender Communication Theories and Analyses. From Silence to Performance*. SAGE Publications, Inc, p. 21.

³⁵ Moran, C (2012) *How To Be A Woman*. Ebury Press, p. 81.

³⁶ Meredith Brooks - Bitch (1997), <https://www.youtube.com/watch?v=rhfiiGGy7Ls>, geraadpleegd op 6 december 2014. Dit nummer is een perfect voorbeeld van het reclaimen van het woord 'bitch'.

³⁷ Krollokke, C en Sorensen A. (2006), *Gender Communication Theories and Analyses. From Silence to Performance*. SAGE Publications, Inc, p. 21.

³⁸ Krollokke, C en Sorensen A. (2006), *Gender Communication Theories and Analyses. From Silence to Performance*. SAGE Publications, Inc, p. 17.

³⁹ Krollokke, C en Sorensen A. (2006), *Gender Communication Theories and Analyses. From Silence to Performance*. SAGE Publications, Inc, p. 21.

⁴⁰ Gills, S, Howie, G en Munford, R (2004) *Third wave feminism: A critical exploration*. Houndmills: Palgrave, 147.

⁴¹ Gills, S, Howie, G en Munford, R (2004) *Third wave feminism: A critical exploration*. Houndmills: Palgrave, 143.

⁴² Gills, S, Howie, G en Munford, R (2004) *Third wave feminism: A critical exploration*. Houndmills: Palgrave, 147.

reclamen, dus terugpakken van Girl Culture, waaronder uiteenlopende zaken als Barbie, het huishouden doen en waar meisjes over praten⁴³, wat ze denken en wie ze zijn onder vallen. Dus, het reclamen van in principe alles behorend tot de meisjes-/vrouwencultuur, met een stereotype of negatieve connotatie. Dit is een belangrijk aspect van Girl Culture. Of anders gezegd, een viering van populaire vormen van meisje-zijn, voornamelijk symbolen uit meisjescultuur die belachelijk zijn gemaakt of een negatieve lading hebben gekregen. Voorbeelden zijn Barbiepoppen, make-up, modetijdschriften en hoge hakken.⁴⁴ Eigenlijk gaat het hier om typisch meisjes-achtige dingen en 'Girlies' reclamen deze dingen en beschouwen het als een positief onderdeel van Girl Culture. Reclamen is typerend voor de jaren '90 en is terug te zien op verschillende niveaus in de samenleving. Met name in muziek, film, televisieseries, stripboeken en kunst (performance-art) wordt er gereclaimd door meisjes en vrouwen. Zowel Girl Power als Girl Culture hebben het potentieel om de hedendaagse en ook daadwerkelijk gedocumenteerde daling in het zelfvertrouwen van puberende meisjes tegen te gaan.⁴⁵

Een ander aspect van Girl Culture naast een set gedeelde vrouwelijke ervaringen, die verduidelijken wat het betekent om een jonge vrouw te zijn en het reclamen van de onderdelen van meisjescultuur met een negatieve connotatie is dat Girl Culture ook staat voor een onderzoeksveld voor meisjes en jonge vrouwen. Een onderzoeksveld waarbij meisjes als het ware overleggen en zoeken naar de spanning tussen enerzijds individuele en anderzijds collectieve 'empowerment'. Wat is dus de betekenis van Barbie, *Vogue* van Madonna, blowjobs, het huishouden doen, 'bitch' of 'cunt' genoemd worden, seksisme of criminaliteit (onder meisjes/vrouwen) voor het meisje als individu of als collectief?

⁴³ Gills, S, Howie, G en Munford, R (2004) *Third wave feminism: A critical exploration*. Houndmills: Palgrave, 147.

⁴⁴ Gills, S, Howie, G en Munford, R (2004) *Third wave feminism: A critical exploration*. Houndmills: Palgrave, 144.

⁴⁵ Gills, S, Howie, G en Munford, R (2004) *Third wave feminism: A critical exploration*. Houndmills: Palgrave, 148.

3 Aspecten van Girl Culture

‘(...)

I am not a stereotype.

I am my own person.

I am not interested in the past.

I am living for the future.

I am not afraid of success.

I am afraid of nothing.

I am not another face in the crowd.

I am the one others wish they could be.’⁴⁶

Bovenstaand citaat omschrijft de veelzijdigheid en verscheidenheid van meisjes/vrouwen, en daarmee dus ook de veelzijdigheid en verscheidenheid van Girl Culture. Deze veelzijdigheid is op verschillende niveaus merkbaar, waaronder muziek, film, performance art en interactie tussen meisjes.

3.1 Girl Culture in kunstvormen

3.1.1 Girl Culture in muziek

Caitlin Moran beschouwt 2009 als een belangrijk jaar voor meisjes/vrouwen in de popmuziek. 13 jaar nadat de Spice Girls met *Wannabe* de grootste vrouwen popgroep ooit werden was het in 2009 voor het eerst dat meisjes/vrouwen de hitlijsten domineerden:

‘La Roux - a lesbian!, Florence and The Machine - a ginger!, Lily Allen - a gobby ingénue!, Beyoncé - a phenomeneonal, bighighed icon!, and, of course, Lady Gaga - a meat-wearing, bisexual, multi-medium agent provocateur!, were the most written about, the most capped, the most in-demand and, or course, the most successful.’⁴⁷

En dit is volgens Moran maar een kleine greep uit het scala succesvolle hedendaagse vrouwelijke popartiesten. Het betekende in ieder geval 1 ding: ‘(...) male artists were dead in the water.’⁴⁸

Doordat vrouwelijke artiesten de popcultuur steeds meer domineren zie je dit ook terug in de manier waarop ze zichzelf presenteren, een voorbeeld daarvan is Beyoncé. Sinds haar laatste album ‘Beyoncé’ is ze een uitgesproken feminist. Dit laat zij zien tijdens optredens, concerten en in videoclips, maar ook door middel van een kort essay getiteld ‘Gender Equality is a Myth’ gepubliceerd op 12 januari 2014 op de website The Shriver Report. In dit essay neemt Beyoncé duidelijk stelling door te beweren dat er nog geen sprake is van de gelijkheid van de seksen. Ze benadrukt dat wanneer meisjes en vrouwen samenwerken ze meer kunnen bereiken dan alleen. Net zoals de Spice Girls met hun Girl Power-ideologie spreekt ook Beyoncé meisjes aan op hun eigen kracht en doorzettingsvermogen:

‘(...) we have to teach our girls that they can reach as high as humanly possible. We have a lot of work to do, but we can get there if we work together. Women are more than 50 percent of the population and more than 50 percent of voters. We must demand that we all receive 100 percent of the opportunities.’⁴⁹

⁴⁶ Bettis, P. en Adams, N. (2005) *Geographies of Girlhood. Identities In-Between* Mahwah, New Jersey en Londen: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, p. 103.

⁴⁷ Moran, C. (2012) *How To Be a Woman*. Ebury Press, p. 254-255.

⁴⁸ Moran, C. (2012) *How To Be a Woman*. Ebury Press, p. 255.

⁴⁹ Knowles-Carter, B., “The Shriver Report”, <http://shriverreport.org/gender-equality-is-a-myth-beyonce/>, geraadpleegd op 30 november 2014.

Om haar visie en overtuiging kracht bij te zetten gebruikte Beyoncé tijdens de MTV Video Music Awards 2014 live-show led-schermen waarop het woord 'FEMINIST' te zien was.⁵⁰ Hiermee geeft Beyoncé niet alleen blijk van haar overtuiging, maar hiermee zet ze net als de Spice Girls de toon. Ze probeert de beeldvorming over feminisme en feministen ten opzichte van de Tweede Feministische Golf op een positieve manier te veranderen.

Anita Harris onderschrijft het belang van de Girl Power ideologie voor de manier waarop het levens van meisjes op een positieve manier heeft beïnvloed, met name wat betreft populaire cultuur, die zoals zij het omschrijft onderdeel van Girl Culture is geworden:

'The story on offer here is one of power through and control over one's identity invention and re-invention. The idea of girlpower encapsulates the narrative of the succesful new young woman who is self-inventing, ambitious, and confident.'⁵¹

Volgens Harris is 'girlpower' een 'DIY'-mentaliteit (Do-It-Yourself), waarbij meisjes een onafhankelijk leven leiden, gedreven door succes op verschillende niveaus: Opleiding, consumptiepatronen, literatuur en mode. Dit komt vooral tot uiting in populaire cultuur: Popsterren, comic book-helden en TV-en filmpersonages. Een aantal voorbeelden die ze noemt: Lara Croft (vooral de versie van Angelina Jolie)⁵², Buffy the Vampire Slayer⁵³, Courtney Love⁵⁴ en de Spice Girls.⁵⁵ Het zijn voorbeelden van onafhankelijke meisjes/vrouwen die hun eigen boontjes kunnen doppen, die onafhankelijkheid is onderdeel van hun persoonlijkheid en maakt de personages/ artiesten tot wie ze zijn. Dat Beyoncé veel waarde hecht aan onafhankelijke vrouwen⁵⁶ is niet nieuw, meerdere Destiny's Child nummers hebben een Girl Empowerment boodschap.⁵⁷ Of zoals Harris het verwoord: '(...) a version of can-do girlhood that emphasizes self-invention, personal

⁵⁰ Bennet, J.: 'How to Reclaim the F-Word? Just Call Beyoncé', <http://time.com/3181644/beyonce-reclaim-feminism-pop-star/>, geraadpleegd op 6 december 2014. Zie voor afbeelding tijdens MTV VMA's: <http://timedotcom.files.wordpress.com/2014/08/beyonce-feminist-vma.jpg?w=1100>.

⁵¹ Harris, A (2004), *Future Girl. Young Women in the Twenty-First Century*. New York en Londen: Routledge, p. 17.

⁵² Lara Croft: Tomb Raider (2001), <https://www.youtube.com/watch?v=5Gc9pviBIJA>, geraadpleegd op 6 december 2014.

⁵³ Buffy the Vampire Slayer (1997-2003), <https://www.youtube.com/watch?v=o08oBPp5JM8>, geraadpleegd op 6 december 2014.

⁵⁴ Hole - Celebrity Skin (1998), <https://www.youtube.com/watch?v=O3dWBL0U--E>, geraadpleegd op 6 december 2014.

⁵⁵ Harris, A (2004), *Future Girl. Young Women in the Twenty-First Century*. New York en Londen: Routledge, p. 17.

⁵⁶ Destiny's Child - Independent Women Pt. 1, <https://www.youtube.com/watch?v=0IPQZni7I18>, geraadpleegd op 6 december 2014.

⁵⁷ Destiny's Child - Survivor, <https://www.youtube.com/watch?v=Wmc8bQoL-J0>, Destiny's Child - Bootylicious, <https://www.youtube.com/watch?v=lyYnnUcgeMc>, Destiny's Child - Girl, <https://www.youtube.com/watch?v=ZlszesDaK9U>, geraadpleegd op 6 december 2014.

responsibility, and individual economic empowerment.’⁵⁸ Oftewel, meisje-zijn waarbij persoonlijke vrijheid en verantwoordelijk en empowerment voorop staat.

Een ander voorbeeld van een onafhankelijk meisje/vrouw die haar eigen boontjes weet te doppen en laat weten dat ze helemaal klaar is met verwachting wat betreft imago van vrouwen en onzekerheden die haar worden aangepraat is Gwen Stefani die dat verwoordt in het nummer *Just A Girl* van No Doubt (1995).⁵⁹ *Just A Girl* en met name de live-performance ervan is een voorbeeld van de verscheidenheid in meisje-zijn, maar bovenal de viering van het meisje-zijn. De boodschap is dat het genoeg is een meisje te zijn en dat anderen aan de hand daarvan geen verwachtingen moeten hebben van jou en dat je zelf als meisje ook niet gebonden bent aan een bepaalde gedragingen:

‘At first prostrating herself on the stage and repeating the phrase “I’m just a girl” in an infantile, whimpering voice, she then abruptly shifted gears, jumping up, railing “Fuck you, I’m a girl!” at the delighted audience (at least half of whom were young women), and exuberantly launching into the remainder of the song.’⁶⁰

Het ‘Fuck you, I’m a girl’⁶¹ van Gwen Stefani schetst de tegenstelling tussen enerzijds de verwachtingen die men kan hebben van meisjes, dus hoe ze zich dienen te gedragen (schattig, onschuldig en lief) en anderzijds hoe meisjes zich willen gedragen wanneer ze vrij zijn om daarin zelf een keuze te maken (krachtig, stoer, onafhankelijk en zelfverzekerd). Gwen zegt in het nummer: Het kan en mag allebei, het hoeft niet tegelijk, meisjes bepalen zelf.

Volgens Professor Gayle Wald van de George Washington University in Washington is *Just A Girl* typerend voor de ontwikkeling die meisje-zijn, dus ‘girlhood’, doormaakt vanaf de jaren ’90. Vrouwelijke artiesten, in dit geval rock-artiesten zoals Gwen Stefani, omarmen en reclaimen het meisjeszijn en de verscheidenheid aan meisjesachtige identiteiten in hun muziek, stijl en performances.⁶²

3.1.2 Girl Culture in kunst

Een ander voorbeeld van de zogenaamde ‘DIY’-mentaliteit of in dit geval ‘couldn’t care less attitude’ is kunstenaar Arvida Byström. Haar werk is geïnspireerd door roze, glitters, pony’s, snoepgoed, jurkjes, (nep)borsten, panty’s, ondergoed, haarclipjes en andere voorbeelden van typisch meisjesachtige associaties geankerd in de jaren ’90.⁶³

Guerrilla Girls, een groep anonieme vrouwelijke kunstenaars, zijn vanaf het moment van hun oprichting gericht op reclaimen. De groep is ontstaan in 1984 vanuit een protest tegen het tekort aan het exposeren van werk gemaakt door vrouwelijke kunstenaars in musea. Op hun website staat een interview waarin ze vertellen dat ze het woord ‘girls’ reclaimen. Ze hebben zichzelf bewust *Guerrilla Girls* genoemd zodat het woord ‘girl’ in ieder geval niet tegen ze gebruikt

⁵⁸ Harris, A (2004), *Future Girl. Young Women in the Twenty-First Century*. New York en Londen: Routledge, p. 94-95.

⁵⁹ No Doubt - Just A Girl, <https://www.youtube.com/watch?v=PHzOOQfhPFg>, geraadpleegd op 7 december 2014.

⁶⁰ No Doubt - Just A Girl Live in Tragic Kingdom, <https://www.youtube.com/watch?v=eGcVFJ7esEY>, geraadpleegd op 7 december 2014.

⁶¹ No Doubt - Just A Girl Live in Tragic Kingdom, <http://youtu.be/eGcVFJ7esEY?t=7m25s>, geraadpleegd op 7 december 2014.

⁶² Wald, G., ‘Just a Girl? Rock Music, Feminism, and the Cultural Construction of Female Youth’, *Feminisms and Youth Cultures*, Vol. 23, 2, 1998, p. 586.

⁶³ Arvida Byström, <http://arvidabystrom.se>, geraadpleegd op 6 december 2014.

kan worden.⁶⁴ Guerrilla Girls zijn één van de vele voorbeelden van meisjes/vrouwen die gebruik maken van het reclaimen van woorden waarmee ze benadeeld zouden kunnen worden die in dit onderzoek genoemd worden.

3.1.3 Girl Culture in televisieseries en films

Vanaf de jaren '90 is er ook een belangrijke ontwikkeling zichtbaar in de televisie- en filmwereld, ingezet door de Spice Girls. Televisiemakers beginnen zich te realiseren dat meisjes ook afgebeeld kunnen worden als een heldin. Enkele voorbeelden zijn: The Powerpuff Girls, Dora de Verkenner, Xena: Warrior Princess en Charmed. Het zijn allemaal meisjes die goed kunnen vechten en/of heel slim zijn, ze zijn in staat voor zichzelf en anderen op te komen.⁶⁵ Deze trendbreuk lijkt volgens Duits en De Bruyckere al te zijn ingezet in de jaren '70 met de eerste Alien-film met een hoofdrol voor Sigourney Weaver. Zij vertolkt een sterke vrouw, die in staat is op haar eigen benen te staan en daar geen hulp bij nodig heeft, ze is onafhankelijk en alles behalve een slachtoffer. Deze ontwikkeling zet zich voort in meer recente films, met Katniss van Jennifer Lawrence in The Hunger Games als een van de meest recente voorbeelden. Het zijn realistische, vrouwelijke heldinnen, ze zijn geen superhelden maar normale meisjes of vrouwen waarmee meisjes en vrouwen zich kunnen identificeren.⁶⁶

3.2. Girl Culture in slaapkamers

Een belangrijke plek waar meisjes hun muziek beluisteren, films kijken, magazines lezen en erover praten met vriendinnen is de slaapkamer. Er zijn veel studies gedaan naar de vriendschappen van meisjes, de magazines die ze lezen, de kleding die ze dragen en naar welke muziek ze luisteren.⁶⁷ De slaapkamer is waar dit vaak allemaal tegelijk gebeurt en daarom een belangrijk aspect van Girl Culture:

'(...) young women (...) could use their private spaces to experiment with dominant and alternative ideologies about being a girl. Although they were not as visible in public spaces such as street corners and youth clubs, young women were still negotiating spaces within which they were both regulated and attempting to express themselves.'⁶⁸

Het is de plek waar meisjes samenkomen en hun geheimen met elkaar delen, maar ook de plek waar ze elkaar beter leren kennen, ze lief en leed delen, of juist waar ze zich terugtrekken en alleen wegdromen. Dit is de slaapkamercultuur.⁶⁹ Wat meisjes doen met hun slaapkamer is een reflectie van hoe ze zichzelf zien of hoe ze gezien willen worden. De slaapkamer is onderdeel van

⁶⁴ Interview Guerilla Girls, *Confessions of the Guerrilla Girls*, <http://www.guerrillagirls.com/interview/index.shtml>, geraadpleegd op 7 december 2014.

⁶⁵ Duits, L. en De Bruyckere, P. (2013) *Meisjes kijken: Wat houdt pubermeisjes echt bezig? Culemborg: Van Duuren Psychologie*, p. 147. Duits en De Bruyckere noemen Pippi Langkous van Astrid Lindgren als voorloper van de rolmodellen van meisjes tijdens de jaren '90 die te zien zijn in televisieseries en films. Pippi is onafhankelijk, sterk en slim.

⁶⁶ Duits, L. en De Bruyckere, P. (2013) *Meisjes kijken: Wat houdt pubermeisjes echt bezig? Culemborg: Van Duuren Psychologie*, p. 155-156.

⁶⁷ Harris, A (2004), *Future Girl. Young Women in the Twenty-First Century*. New York en Londen: Routledge, p. 100.

⁶⁸ Harris, A (2004), *Future Girl. Young Women in the Twenty-First Century*. New York en Londen: Routledge, p. 100.

⁶⁹ Duits, L. en De Bruyckere, P. (2013) *Meisjes kijken: Wat houdt pubermeisjes echt bezig? Culemborg: Van Duuren Psychologie*, p. 22.

de identiteit van meisjes. Er is ook vaak een overgang zichtbaar van kindertijd naar puberteit in meisjesslaapkamers. Meisjes verwisselen bijvoorbeeld de schattige knuffels en barbiepoppen voor posters van popsterren. Meisjesslaapkamers laten dus ook het proces van opgroeien zien.⁷⁰

Stereotype beelden van een meisjesslaapkamer zijn bekend: Roze, glitters, barbiepoppen, posters van popsterren, knuffels en make-up. Veel meisjesslaapkamers zien er zo uit, maar zeker niet allemaal. Het is juist de functie van de slaapkamer die van belang is. Het is voor meisjes een eigen wereld, waar ze zich terug kunnen trekken en samen kunnen zijn met vriendinnen, het is een plek waar vriendschappen ontstaan maar ook waar ze verdwijnen. Vriendschappen tussen meisjes worden in films vaak op een stereotype manier neergezet. Vooral op de middelbare school ontstaan een groepen vriendinnen, ook wel kliekjes genoemd.⁷¹ Een bekend voorbeeld en eigenlijk een parodie op vriendschap tussen meisjes is te zien in de film *Mean Girls*.⁷² In deze scene zien we niet alleen de interactie tussen meisjes in een kliekje, maar ook een meisjesslaapkamer vol met roze, glitters, foto's, posters en muziek.

3.3 Girl Culture en internet

Sinds de opkomst van het internet is er een nieuwe wereld ontstaan en daarbij een nieuw veld waarin Girl Culture zich verder ontwikkelt. Meisjes tussen de 12 en 17 jaar zijn de snelst groeiende groep internet-gebruikers.⁷³ Vanaf de jaren '90 kwamen de eerste digitale magazines en websites gemaakt door jonge vrouwen online. De makers werden gURLs genoemd, een combinatie van het woord girl en de term URL. Daarna nam het internet-gebruik van meisjes een vogelvlucht: 'E-zines', online dagboeken/blogs, discussiegroepen/fora en (persoonlijke) websites. Het internet fungeert voor meisjes als een soort van zeer laagdrempelig clubhuis maar dan anoniem, als meisjes dat zelf willen.⁷⁴

Sommige meisjes proberen door middel van het internet het meisje als een symbool te gebruiken om het toekomstbeeld en de ontwikkeling van meisjes en technologie weer te geven, de 'newly born technological woman'.⁷⁵ Deze 'cybergirls' (of cyber-gurls) organiseren zich vaak in collectieven maar hechten ook veel waarde aan onafhankelijkheid. Cybergirls zijn niet perse bezig met een revolutie of het bewerkstelligen van een totale omslag in de samenleving maar profileren zichzelf liever door middel van guerilla acties ('computer guerrilla warfare'). Ook cybergirls hebben een DIY-mentaliteit.⁷⁶

'(...) guerrilla girls, net chicks, cyber chix, geekgirls, tank girls, super-girls, action girls, deep girls-this is the era of DIY feminism. For young women, rather than one feminism there are a plethora of feminisms going

⁷⁰ Bettis, P. en Adams, N. (2005) *Geographies of Girlhood. Identities In-Between* Mahwah, New Jersey en Londen: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, p. 24.

⁷¹ Duits, L. en De Bruyckere, P. (2013) *Meisjes kijken: Wat houdt pubermeisjes echt bezig?* Culemborg: Van Duuren Psychologie, p. 37.

⁷² Mean Girls - Regina's House (Scene), <https://www.youtube.com/watch?v=OXJH6-pTGPE>, geraadpleegd op 13 december 2014.

⁷³ Mazzarella, S.R. (2005) *Girl Wibe Web: Girls, the Internet, and the Negotiation of Identity*. Paw Prints, p. 2.

⁷⁴ Harris, A (2004), *Future Girl. Young Women in the Twenty-First Century*. New York en Londen: Routledge, p. 161.

⁷⁵ Driscoll, C . "Girl Culture, Revenge and Global Capitalism: Cybergirls, Riot Grrls, Spice Girls", *Australian Feminist Studies*, Vol. 14, 29, 1999, p. 183.

⁷⁶ Driscoll, C . "Girl Culture, Revenge and Global Capitalism: Cybergirls, Riot Grrls, Spice Girls", *Australian Feminist Studies*, Vol. 14, 29, 1999, p. 183.

under new and more exciting tags. ... This change is allied with a do-it-yourself style and philosophy characteristic of youth culture.⁷⁷

Cybergirls hebben het voordeel dat ze hun guerrilla acties online kunnen opzetten, iets wat tijdens de Eerste en Tweede Feministische Golf nog niet mogelijk was.⁷⁸

Mobiele telefoons zijn ook een populaire manier geworden voor meisjes om in contact te blijven met vriendinnen en plannen te maken. Daarnaast hebben meisjes via hun mobiele telefoon toegang tot internet en social media. Hiermee onderhouden ze hun sociale netwerken, zowel online als offline.⁷⁹

⁷⁷ Driscoll, C . "Girl Culture, Revenge and Global Capitalism: Cybergirls, Riot Grrls, Spice Girls", Australian Feminist Studies, Vol. 14, 29, 1999, p. 183.

⁷⁸ Gills, S, Howie, G en Munford, R (2004) *Third wave feminism: A critical exploration*. Houndmills: Palgrave, 185.

⁷⁹ Harris, A (2004), *Future Girl. Young Women in the Twenty-First Century*. New York en Londen: Routledge, p. 156.