



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„Stars als Modeikonen. Filmkostüm im frühen
Hollywood Film“

Verfasserin

Barbora Budzaková

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, 2012

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 317

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Theater-, Film- und Medienwissenschaft

Betreuerin:

ao. Univ.-Prof. Dr. Brigitte Marschall

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	5
2	Hollywood	9
2.1	Früher Hollywood Film	11
2.1.1	Studio System	11
2.2	Star System	12
2.3	Stars	13
2.3.1	The Biograph Girl	16
3	Mode im Film	19
3.1	Cinema Fashion Shops	25
4	Die Position der Frau	29
4.1	3K (Kinder, Küche, Kirche)	30
4.2	Frau und Medien.....	32
4.3	Veränderung des Frauenbildes anhand der kinematographischen Modetrends.....	35
5	Filmkostüm.....	41
5.1	Frühes Filmkostüm	46
5.2	Kostümdesigner	51
5.2.1	Costume Designer Guild.....	55
5.3	Oscar	56
5.4	Filmkostüm und Gesellschaft.....	57
5.4.1	Die Weltkriege.....	57
5.4.2	Hays Code	60
5.4.3	Wirtschaftskrise	62
6	Stars als Modeikonen	67
6.1	Identifizierung mit Stars	70
6.2	Stil der Stars	73
6.2.1	Flapper.....	74
6.2.2	Hose	77
6.2.3	Die Farbe Rot	81
6.3	Filmanalyse – The Women (1939)	85
7	Zusammenfassung.....	95
8	Abbildungen.....	99
9	Quellenverzeichnis	121
10	Abbildungsverzeichnis.....	125
11	Abstract	129
12	Lebenslauf.....	130

1 Einleitung

„Clothes are never a frivolity; they are always an expression of the fundamental social and economic pressures of the time.“¹ Diesen Zitat von James Laver können wir auch auf den Filmbereich anwenden. Die Kleidung, die die SchauspielerInnen im Film tragen, ihr Filmkostüm, schildert den Charakter der Figur. Das Filmkostüm nähert die Lebenssituation und den sozialen Status der Figur. Es bildet einen wichtigen Teil des Films, es redet die ZuschauerInnen an und kann einen Einfluss auf sie, auf ihr Denken und sogar auf ihr Leben haben. „Directors are actually aware that the costume expresses volumes to the audience before the actor speaks.“² Es waren die Kostüme, die den ZuschauerInnen gefallen haben, doch es waren die Schauspieler, Stars, die sie inspiriert haben. Die Schauspielerinnen des Hollywood Films, der als Mainstream betrachtet wird und so möglichst größte Anzahl der ZuschauerInnen anreden kann, beeinflussten die ZuschauerInnen in dem Bereich der Mode und Feminität.

„As well as being vehicles to encourage female spectators to become consumers, and to improve their appearances, then, Hollywood stars were also contested terrains of competing cultural discourses of femininity.“³

Die Diplomarbeit konzentriert sich auf den Hollywood Film in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts. Die These der Arbeit ist zu zeigen, dass das im Film getragene Kostüm einen großen Einfluss auf die Mode der Zeit und Kleidung der ZuschauerInnen hatte. Fokussiert wird auf die Frage, warum das Filmkostüm die damalige Mode und Gesellschaft beeinflusst hat und warum SchauspielerInnen des Hollywood Films zu Vorbilder wurden. Die Aufmerksamkeit wird den Zuschauerinnen gewidmet, es wird auf die Position der Frau und ihr in der Zeit verändertes Frauenbild konzentriert. Schwerpunkt wird auf die 1930er Jahre gelegt, die auch als die Goldene Ära des Hollywood Films bezeichnet sind, doch um besseres Verstehen wird die Zeit von der Ersten bis den Zweiten Weltkrieg geforscht. Das Ziel ist zu beweisen, dass sich Film und Gesellschaft gemeinsam beeinflusst haben, was in dem Filmkostüm oder in der Mode der jeweiligen Zeit zu

¹ Laver, James: Dandies. London : Weidenfeld & Nicolson. 1968, S. 10

² Landis Nadoolman, Deborah: Dressed: A Century of Hollywood Costume Design. New York : HarperCollins Publishers, 2007, S. xvi

³ Stacey, Jackie: Star Gazing. Hollywood Cinema and female spectatorship. London : Routledge, 1994, S. 205

beobachten ist. Der Film und die Mode hatten auch Einfluss auf die Frau, auf ihr Denken und ihre Position in der Gesellschaft. Es wird auch auf diese Aspekte konzentriert. Der Film „The Women“, der am Ende der 1930er Jahre und in der Zeit des Höhepunkts der Goldenen Ära gedreht wurde, soll die oben genannte Faktoren bestätigen und als ein Beispiel der verschiedenen Filmkostümen für unterschiedliche Figuren, die von einem der bedeutendsten Kostümdesigner seiner Zeit entworfen wurden, dienen.

In dem ersten Kapitel wird der Fortschritt des Hollywood Films dokumentiert. Kurz werden die Anfänge Hollywoods besprochen, der Prozess des Filmemachens und die Bedeutung des Studio Systems in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts wird erklärt. Die Gründe, warum der frühe Hollywood Film ZuschauerInnen angezogen hat, werden geforscht. In diesem Kapitel wird die Entstehung des Star Systems, der die Stars der Filme produziert hat, die wichtig für die Anziehung der ZuschauerInnen waren und in der späteren Zeit eine bis dahin unbekannte Marketing Möglichkeit darstellten, besprochen. Als ein Beispiel der frühen Stars werden zwei Schauspielerinnen erwähnt – Florence Lawrence, die erste Schauspielerin, die den Status der Anonymität verloren hat, und Mary Pickford, eine der berühmtesten Stars der Zeit, die von den ZuschauerInnen anerkannt wird und mit dem Film drehen als eine der ersten Frauen genug Geld verdient hat.

Dieses Kapitel unterstützt eine Literaturrecherche, da in der Geschichte zahlreiche Studien über den Bereich Hollywood stattgefunden haben. Zu den wichtigsten Werken, die für dieses Kapitel recherchiert wurden, gehörten die Werke über die allgemeine Geschichte Hollywoods, „The Hollywood story“ von Joel W. Finler, „Hollywood“ von Burkhard Röwekamp, „The American Film Industry“ von Tino Balio. Die Recherche über das Star System haben die Werke „The star system“ von Paul McDonald und „Stars“ von Richard Dyer unterstützt.

Das zweite Kapitel behandelt die allgemeine Beziehung zwischen Mode und Film. Die Verbindung zwischen den beiden und ihren gegenseitigen Einfluss zu annähern ist das Ziel dieses Kapitels. Das Werk über der soziologischen Forschung zwischen Mode und Film, „Mode im Film. Zur Kulturanthropologie zweier Medien“ von Daniel Devoucoux und „Film und Mode, Mode im Film“ von

Regine und Peter W. Engelmeier gehörten zu einigen der Werken, die die Recherche dieses Kapitels unterstützt haben. Besprochen wird, welche Funktion in der Zeit des Höhepunktes der Popularität des Hollywood Films und der Weltwirtschaftskrise Cinema Fashion Shops erfüllt haben, ein Produkt des Filmmarketings.

Um den Einfluss, der die Hollywood Filme, ihre Kostüme und Schauspielerinnen, Stars, auf die Frauen hatten, zu verstehen, ist es wichtig die Rolle der Frau, ihre Position und das Frauenbild, das die kinematographische Modetrends beeinflusst hat, zu recherchieren. Die Rolle der Frau, wenn sie in ein Schauobjekt verwandelt wird, ist mit der Unterstützung des Werks „Visual and other pleasures“ von Laura Mulvey dokumentiert. Welchen Einfluss die Medien auf das Thema des Geschlechts haben und welche Rolle der Frau in den Medien zugeschrieben wird, wird in der dritten Kapitel beschrieben. Wie Modetrends aus dem Film die Frau und ihre Kleidung und Mode allgemein verwandelt haben, wird anhand der Werken „Mode im 20. Jahrhundert. Eine Kulturgeschichte unserer Zeit“ von Ingrid Loschek und „The Greenwood Encyclopedia of Clothing through World History. 1801 to the Present“ von Jill Condra, dokumentiert.

Die ersten drei Kapitel dienen als eine Einleitung in den Hauptteil der Arbeit, die Kapitel über Filmkostüm und Stars, die zu Modeikonen werden, beschäftigen sich mit der These der Arbeit. In diesen Kapitel werden die Funktionen des Filmkostüms und Kostümdesigners erklärt, sowie der Prozess warum Stars zu Modeikonen werden. Wieder sind diese Kapitel mit einer Literaturrecherche unterstützt, die Werke „Dressed: A Century of Hollywood Costume Design“ von Deborah Nadoolman Landis, „Star Gazing. Hollywood Cinema and female spectatorship“ von Jackie Stacey und die schon früher genannte Werke von Daniel Devoucoux, Ingrid Loschek und Sarah Berry haben auch dazu beigebracht, diesen Teil der Arbeit recherchieren, verstehen und beschreiben zu können. Recherchiert wird, welche Bedeutung und Einfluss das Filmkostüm auf die Gesellschaft und vice versa gehabt hat und welcher Stil der Stars in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts einen Durchbruch machte. Die Analyse des Filmes, die am Ende der Arbeit platziert ist, bezieht sich auf die bisher erwähnte Literaturrecherche, wenn

natürlich noch andere Quellen und Artikel untersucht wurden. Aufgrund dieser Recherche und eigenen Analysen wird der Film analysiert, der als ein Beispiel für die Frauen der Goldenen Ära, ihren Kleidungsstil und Position gelten soll.

2 Hollywood

Hollywood wird oft als eine weltweit bekannte Traumfabrik gesehen. Es steht als Symbol für Erfolg, Träume werden wahr gemacht. Der Hollywood Film illustriert in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts, vor allem in der 1930er Jahre, wenn ZuschauerInnen das Aufheitern dankbar empfangen haben, vor allem Hoffnungen und Träume auf der Leinwand. Menschen sind ins Kino gegangen um die Leben der SchauspielerInnen zu leben, seine eigenen Probleme zu vergessen und vor der Realität zu flüchten. Vor allem in der Zeit der Depression hat Film die Möglichkeit der Flucht angeboten. Filme inspirieren und beeinflussen, sie erinnerten an das Positive im Leben. Hollywood setzte die Hoffnungen und Träume auf die Leinwand. Auch die Bildersprache der Hollywood Filme hatte eine positive Einwirkung auf das Publikum.

„Seit ihren Anfängen hat Hollywoods Filmindustrie nicht nur handwerklich perfekte Massenware, sondern auch unzählige Filme hervorgebracht, die sich durch eine besonders glanzvolle Ästhetik und elegante Erzählungen auszeichneten und Hollywoods Stil weltweit berühmt machten.“⁴

Die Wahrnehmung Hollywoods kann man mit dem Film *The Wizard of Oz* (1939) vergleichen. Wenn das Bild von schwarz-weiß in Farbe, also Technicolor, wechselt, sagt Dorothy (Judy Garland) zu ihrem Hund, „I don't think we are in Kansas any more, Toto.“ Diese Aussage stimmt auf einer Seite, auf der anderen Seite ist sie aber doch nicht wahr. Dorothy mit ihren rätselvollen Beobachtungen summiert die Beziehung, die Hollywood seinem Publikum vorschlägt: Oz ist Kansas, aber in Technicolor.⁵ „Hollywood – the movies – is the place this happens, a place of refuge from the everyday, the place where dreams come true, time after time after time.“⁶ Seinen Zuschauern bietet Hollywood Hoffnung, sie glauben, dass auch ihre Träume die Möglichkeit haben, erfüllt zu werden.

Heute symbolisiert Hollywood die populäre Filmkultur des 20. Jahrhunderts. Zugleich gilt Hollywood auch als ein Synonym für den US-amerikanischen Film.

⁴ Röwekamp, Burkhard: Hollywood. Köln : DuMont, 2003, S. 7

⁵ Vgl. Maltby, Richard/Craven, Ian: Hollywood cinema : an introduction. Oxford : Blackwell Publ., 1995, S. 4

⁶ Ebda, S. 4

Die amerikanischen Filme stellen das mainstream Kino dar, das die Kultur und Identität auch in Europa beeinflusst hat. Hollywood hat einen großen Einfluss auf die Formierung der Weltkultur gehabt. Am Anfang des 20. Jahrhunderts nutzte Hollywood seinen Einfluss auf das Denken. „Around this time the USA emerged as the leading producer (and distributor) of popular movie fare for the worldwide market, a position it has continued to exploit successfully to the present day.“⁷

Auch heute noch beeinflussen die US-amerikanische Hollywood Filme das Bewußtsein auf der ganzen Welt. Sie dominieren nicht nur in den USA, auch in Europa genießen sie hohe Beliebtheit.

„Within a broad definition, European film and American film appear to be worlds apart. Indeed, most European films are labelled as ART films in America and only reach a limited audience in the larger metropolitan areas. Even in Europe, Hollywood dominates the cinema scene. On average, 80% of all films shown in cinemas across Europe are products of the Hollywood factory system. Even in countries like France, with large film industries, American films continue to dominate.“⁸

Da die US-amerikanische Filme weltweit populär sind, beeinflussen sie Menschen nicht nur im kulturellen Bereich. Die Filme haben Einfluss auf das Denken, auf das Leben und unsere Identität. Sie reflektieren das aktuelle Geschehen, oft sollen sie inspirieren oder etwas vermeiden. Der Erfolg des Films hängt auch von den Stars, die in dem Film wirken, ab. Schon lange dominieren Stars, und alles, was mit ihnen verbunden ist, die Werbebranche und dann auch unser Leben. „The actors and actresses were closely identified with the characters they played on the screen, and star worship sometimes reached mythic proportions.“⁹ Die öffentliche Meinung assoziierte Hollywood schnell mit dem Glamour und Lifestyle der Stars, sowie auch mit dem neusten Trends in high fashion.¹⁰ Die Hollywood Schauspieler wurden oft auch zu Modeikonen, die das Publikum inspiriert und beeinflusst haben. Der Einfluss auf die Gesellschaft wurde schon in der Zeit des frühen Hollywood Films erkannt.

⁷ Finler, Joel W.: The Hollywood story. London [u.a.] : Wallflower, 2003, S.13

⁸ Colville-Anderson, Mikael: European Cinema & American Movies. Defining the evolution of two worlds. Quelle:

http://zakka.dk/euroscreenwriters/articles/entertainment_and_art_542.htm, Zugriff: 24.10.2011

⁹ Finler, Joel W.: The Hollywood story. London [u.s.] : Wallflower, 2003, S. 14

¹⁰ Vgl. Finler, Joel W.: The Hollywood story. London [u.a.] : Wallflower, 2003, S. 14

2.1 Früher Hollywood Film

Filmmachen in den USA konzentrierte sich auf eine kleine Stadt in Südkalifornien namens Hollywood. Die ersten frühen Filmgesellschaften aus dem Osten hat die Hollywood Gegend schon in den Jahren 1907-1909 angezogen. Das ideale Klima der Umgebung und seine außergewöhnliche Vielfalt des Umlandes – Wüsten, Berge, Dörfer, Meer und die große Metropole Los Angeles, wurden schnell erkannt.¹¹ Seine klassische Gestalt hat die Hollywood Filmindustrie erstmals in den späten 1920er Jahren angenommen, damals von einer kleinen Anzahl von Unternehmen dominiert.¹² Kino und Film haben immer mehr an Popularität gewonnen und spielten eine wichtige Rolle in der Zeit, als die amerikanische Gesellschaft mehrere wichtige Wandlungen vollzogen hat. Das neue Medium Film wurde zur Sensation gemacht. Die ersten frühen Filme mit einer Erzählhandlung fanden ihr Publikum in den frühen Kinos. Die massenhafte Verbreitung von Filmen in diesen frühen Kinos bedingte eine Veränderung des Publikumsgeschmacks. Bald wurde mehr verlangt als nur kurzlebige filmische Attraktionen der frühen Jahre.¹³ In den 1920er Jahren wurden viele Kinos und opulente Filmpaläste konstruiert, was Hollywood bald zum Hauptzentrum der Filmproduktion machte.¹⁴

Alle organisatorische Details, wie Filmschnitt oder Kameraarbeit, wurden so organisiert, dass der Zuschauer die fiktive Handlung begreifen konnte. Schon am Anfang des Hollywoodkinos „ging es um die Herstellung eines kontinuierlichen Realitätseindrucks, also um die Erzeugung realistisch wirkender Illusionen, um die Illusion von Realität – und damit um die Standardisierung der Filmsprache.“¹⁵

2.1.1 Studio System

Filmfirmen in den USA verfügten schon früh über eigene Studios. Die Studios hatten dann ein System entwickelt, damit sie flexibel genug sind, um die ganze Welt mit ihren Produkten zu beliefern. Die großen Studios sollten sich mit ihren

¹¹ Vgl. Finler, Joel W.: The Hollywood story. London [u.a.] : Wallflower, 2003, S. 16

¹² Vgl. Ebda, S.1

¹³ Vgl. Röwekamp, Burkhard: Hollywood. Köln : DuMont, 2003, S. 20

¹⁴ Vgl. Finler, Joel W.: The Hollywood story. London [u.a.] : Wallflower, 2003, S. 14

¹⁵ Röwekamp, Burkhard: Hollywood. Köln : DuMont, 2003, S. 21

Produkten nicht all zu sehr ähneln und sich nicht gegenseitig Konkurrenz machen.¹⁶ Der amerikanische Film war von den Studios abhängig. Jedes Studio hatte seinen Standard für Filmherstellung, sie hatten Kontrakte mit gewissen Schauspielern, den Stars, die das Studio repräsentieren sollten. In der Zeit des frühen Hollywood Films produzierten vor allem die „Big Five“ - fünf Filmstudios, die über die Hollywood Filme der Zeit entschieden haben.

„By the end of the 1920s, economic control of the American film industry was concentrated in the hands of five leading companies: Paramount, Warner Bros., the Fox Film Corporation (Twentieth Century Fox after 1935), Radio Keith-Orpheum (RKO) and MGM, the film production studio of the exhibition conglomerate Loew's Inc. In this period, the star system operated under the general direction of these studios.“¹⁷

Jedes Studio des Studio Systems produzierte ihre eigene Filme mit spezifischen und typischen Merkmalen. Studio kontrollierte die Produktion und Vertrieb ihrer Filme. Jedes Studio hat einen Vertrag mit ihren eigenen Regisseuren, Kostümdesignern und Schauspielern, die dann als Stars des Studios galten, unterschrieben.

2.2 Star System

Mit der Popularität des Hollywood Films ist auch das Star System entstanden, das in einer modifizierter Form noch heute in Betrieb ist. Es war eine Art der Methode der Erstellung und Präsentation der klassischen Hollywood Stars, die ein wichtiger Teil des Hollywood Kinos waren.

„Um dem Publikum den Eindruck des Besonderen und Exklusiven vorzugaukeln, wurde neben gezielten Reklame- und Werbekampagnen das Starsystem entwickelt. Stars machten aus dem Massenprodukt Film eine besondere Attraktion.“¹⁸

Es ist der Reichtum und Look der Stars, der sie von der alltäglichen Gesellschaft ausklammert. Kinobesucher haben auch verschiedene soziale und kulturelle Kompetenzen, die ihnen helfen, die Identität der Stars zu verstehen, deshalb kann auch das Image der Stars auf viele verschiedene Weisen interpretiert werden. In

¹⁶ Vgl. Röwekamp, Burkhard: Hollywood. Köln : DuMont, 2003, S. 26

¹⁷ McDonald, Paul: The star system : Hollywood's production of popular identities. London [u.a.] : Wallflower, 2005, S. 39

¹⁸ Röwekamp, Burkhard: Hollywood. Köln : DuMont, 2003, S. 15

Studios wurden sie als reguläre berufstätige Menschen gesehen, aber für die Welt außerhalb der Filmindustrie waren sie Idole und Helden, die einen großen Einfluss hatten. Jede/r SchauspielerInn musste für sich selbst kämpfen und arbeiten, um Star zu werden. "The star system is not directed towards producing a uniform category of star: the star system deals individualism."¹⁹ Studios hatten vielversprechende Schauspieler gewählt und haben diese ihren Bedürfnissen angepasst.

Die Idee des Star Systems war, dass jeder Schauspieler selbst anerkannt wird. Stars repräsentieren ganz andere Menschen und der Zuschauer soll einen Schauspieler von dem anderen unterscheiden, damit man sich mit seinem Star identifizieren kann. "In Hollywood, stars are represented to moviegoers as distinctively different people and stardom requires moviegoers to be able to differentiate on performer from another."²⁰ Die Familiennamen der Schauspieler wurden verändert, damit sich der Zuschauer Namen leichter merken konnte. Die Informationen über Stars, oft auch ihre Vergangenheit, wurden ebenfalls adaptiert. Man sollte sich mit Stars identifizieren können und wollen. Das Star System entwickelte sich langsam. Die Zuschauer wurden immer öfter von ihren Lieblingsschauspieler inspiriert und beeinflusst. Die Macht, die ein Star Image hatte, wurde sehr schnell auch von den Stars selbst erkannt.

2.3 Stars

Die Schauspieler waren ein wichtiger Teil des Hollywood Films. Zuschauer sind oft ins Kino gegangen, nur um seine/n beliebte/n SchauspielerInnen in einem neuen Film zu sehen. Filme haben die hypnotische Macht, Stars zu produzieren. "Stars were as important for cinema spectators as the narrative of the film in which they appeared. They offered one of the key sources of pleasure to the cinema audience."²¹ Um 1912 herum waren die Stars das dominierende Element in der Propagierung von Filmen, wie auf den Plakaten der Zeit reflektiert wird.²² Die

¹⁹ McDonald, Paul: The star system : Hollywood's production of popular identities. London [u.a.] : Wallflower, 2005, S. 1

²⁰ McDonald, Paul: The star system : Hollywood's production of popular identities. London [u.a.] : Wallflower, 2005, S. 1

²¹ Stacey, Jackie: Star Gazing. Hollywood Cinema and female spectatorship. London : Routledge, 1994, S. 106

²² Vgl. Finler, Joel W.: The Hollywood story. London [u.a.] : Wallflower, 2003, S. 20

Zuschauer interessierten sich nicht mehr nur für die Filme, in denen die Schauspieler spielten, immer interessanter wurden Details aus dem Privatleben für die Zuschauer. Zeitschriften konstruierten mit ihren Artikel das Leben der Stars on- und off-screen, damit die Zuschauer eine Idee hatten, wie die öffentliche und private Identität der Schauspieler aussieht. Die Ehre der Schauspieler repräsentierte sie und auch ihre Studios. Das Studio Ära der 1930er und 1940er Jahre war eine Zeit, in der Hollywood aktiv gearbeitet hat, um Stars zu produzieren und zu vermarkten.²³ Star Identitäten wurden immer wieder hergestellt und kontrolliert. Um die Kontrolle über ihr Talent zu behalten, beschäftigten Studios die Stars auf Verträgen. Diese Veträge erlaubten den Studios die Stars zu 'besitzen' und ihr Image effektiv zu nutzen.

"The 1930s was the peak decade of the studio and star systems and Hollywood publicity departments flourished accordingly, feeding the insatiable appetites of moviegoers all over the world for the latest news, gossip and personal details of the lives of their favourite screen idols."²⁴

Es waren die Stars der Hollywood Filme, die als Vorbilder gesehen wurden. Stars sind aber nicht nur Bilder. Stars sind Menschen, die in der Film Industrie beschäftigt sind. Ihre Funktion ist nicht nur Filme zu drehen. In einem kommerziellen Kino wie Hollywood, "Stars are important to the processes of production (making films) but also distribution (selling and marketing films) and exhibition (showing films to paying audiences)."²⁵ Filme, in denen Stars spielen, können mehr Zuschauer anziehen. Stars können also manchmal als "source of meaning, work and money"²⁶ gesehen werden. Ein Star zu sein bedeutete in erster Linie ein Werbeträger zu sein, erst in zweiter Linie wurden sie als herausragende Schauspieler gesehen. Diese Rolle hat mit sich viele Marketing Möglichkeiten gebracht, die die Hollywood Industrie ausgenutzt hat. Die Studios verwendeten den Star Status um mehr Zuschauer ins Kino zu ziehen. Weil die Stars als ein Marketing Instrument dienten und es eine ihrer Aufgaben ist, die ZuschauerInnen zu kaptivieren, stellte ihrer Lohn einen Großteil des Filmbudgets dar. "The wages

²³ Vgl. McDonald, Paul: The star system : Hollywood's production of popular identities. London [u.a.] : Wallflower, 2005, S. 39

²⁴ Finler, Joel W.: The Hollywood story. London [u.a.] : Wallflower, 2003, S. 20

²⁵ McDonald, Paul: The star system : Hollywood's production of popular identities. London [u.a.] : Wallflower, 2005, S. 5

²⁶ Ebda, S. 5

of stars account for a major portion of any film's budget and stars are also a marketing tool, whose images are promoted with the intention of trying to effect the entertainment market."²⁷ Ihre Aufgabe war Geld für den Film zu verdienen und sich so ihre eigene Belohnung zu sichern.

Die größten Stars der Hollywood Industrie bekamen eine sorgfältige Pflege und Behandlung. Vor allem die weibliche Stars des Hollywood Films bekamen eine spezielle Aufmerksamkeit. Die berühmtesten Schauspielerinnen stellten Vorbilder für Frauen auf der ganzen Welt dar.

"A closely related phenomenon in the 1930s, the peak era of Hollywood glamour, was the fact that the leading ladies of MGM, Paramount and the other top studios had a tremendous influence on fashions around the world."²⁸

Frauen auf der ganzen Welt wurden von den Film Stars beeinflusst und wollten die selben oder ähnliche Kleider wie die Stars besitzen. Auf der Leinwand lebten die Stars oft ein Traumleben und trugen die schönsten Kleider. Die Assoziation zwischen schönen Kleidern und Traumleben ist gleich entstanden. Ähnlich wie ein Star gekleidet zu sein, hieß ähnlich einem Star zu sein.

"Hollywood stars function as role models encouraging desire for feminine "attractiveness", attachment to a man and possession of property. This encouraged traditional forms of aspiration among women whose lives were very unlike anything they saw on the Hollywood screen."²⁹

In der Zeit des frühen Hollywood Films, bevor sich Frauen mit den Stars identifizierten, wurden Stars gar nicht erkannt. Die zwei Schauspielerinnen der Biograph Produktionsgesellschaft können als ein Beispiel dienen, wie ein Star Image erstellt wurde. Kaum beeinflussten Florence Lawrence oder Mary Pickford die Zuschauerinnen, doch sie waren die ersten, die dieser Profession eine andere Bedeutung gegeben haben. Florence Lawrence war die erste Schauspielerin, deren Name die ZuschauerInnen gekannt haben und Mary Pickford war die erste Frau, die mit diesem Beruf viel Geld verdient hat. Beide dienen als wichtiges Vorbild für andere Frauen und für die Gesellschaft.

²⁷ McDonald, Paul: The star system : Hollywood's production of popular identities. London [u.a.] : Wallflower, 2005, S. 10

²⁸ Finler, Joel W.: The Hollywood story. London [u.a.] : Wallflower, 2003, S. 20

²⁹ Stacey, Jackie: Star Gazing. Hollywood Cinema and female spectatorship. London : Routledge, 1994, S. 154

2.3.1 The Biograph Girl

In der Zeit des frühen Hollywood Films hat es schon Stars im Film gegeben. Biograph war eine der ersten US-amerikanischen Filmproduktionsgesellschaften.

“The importance of the Biograph Company in these early years of filmmaking must be emphasized. The vast amount of amazing talent and the output of excellent films have earned it a rightful place in film history.”³⁰

Auch in der Ära des Stummfilms gab es SchauspielerInnen, die ihre Fans hatten und die man als Stars bezeichnen konnte. Zu diesen Schauspielerinnen gehörte Florence Lawrence, das erste “Biograph Girl”. Nachdem sie Biograph verlassen hat, vertrat Mary Pickford ihren Platz und wurde als das neue “Biograph Girl” gekannt.

2.3.1.1 Florence Lawrence

Florence Lawrence war Tochter einer Schauspielerin, auch deshalb hat ihre Karriere schon sehr früh begonnen. Bereits sehr jung ist sie auf der Bühne zu sehen. Florence machte Film Debüt bei der Filmgesellschaft Vitagraph Company, eine der bedeutendsten Filmgesellschaften der Zeit.

“It was the first to build up a stable of stars, the first to experiment successfully with animated and trick film, the first to film the classics from Shakespeare and Dickens, and the first to use the motion pictures for propaganda purposes.”³¹

Als sie mehr Erfahrung hatte, ist sie in die Filmproduktionsgesellschaft Biograph gegangen. Zu dieser Zeit sind noch die Namen der SchauspielerInnen unbekannt, trotzdem aber gab es schon damals Fans des Films. Florence Lawrence hat bald dank ihren Schauspielfähigkeiten einen Spitznamen bekommen, der in *Moving Picture World* erwähnt wurde: “the reviewer first gave Florence the nickname ‘the Biograph Girl’.”³² Heute kann man es sich kaum vorstellen ins Kino zu gehen und sich einen Film anzuschauen, ohne die Schauspieler zu kennen. Das Talent, das Florence hatte, war aber so herausragend, Leute merkten sich damals ihr Gesicht auch ohne ihren Namen zu kennen. Sie wechselte später zu Carl Laemmle und

³⁰ Brown, Kelly R.: Florence Lawrence, the Biograph girl. America’s first movie star. Jefferson, NC [u.a.] : McFarland, 1999, S. 33

³¹ Ebda, S. 14

³² Ebda, S. 31

seiner Produktionsgesellschaft IMP. Er wollte "the Biograph girl" mit "IMP girl" ersetzen und versuchte es mit einer Werbekampagne, die er veröffentlicht hat. In der Zeitung erschien die erfundene Nachricht, dass das ehemalige "Biograph girl" bei einem Verkehrsunfall gestorben ist. Einen Tag später dementierte Laemmle diese Nachricht und zugleich propagierte er auch den neuen Film des "IMP girl". Kurz danach ist ein Interview mit "America's favorite and highest-paid moving picture artist, the Girl of a Thousand Faces"³³ erschienen, das erste Interview dieser Art. (Abb. 1) Florence Lawrence kann also als erster Hollywood Star gesehen werden, ein Vorbild für das ganze Star System. (Abb. 2)

2.3.1.2 Mary Pickford

Mary Pickford und Florence Lawrence wirkten in der Filmproduktionsgesellschaft Biograph kurz zusammen. Wenn Lawrence Biograph Company verlassen musste, übernahm Mary Pickford ihre Stelle und wurde das neue "Biograph girl". Sie war eine der bedeutendsten Stars des frühen Hollywood Films. "Mary was ahead of her time in terms of acting style and place in the film world."³⁴ Sie wurde auch eine der berühmtesten weiblichen Stars in der Zeit, ihre Gage stieg von 100 auf 10 000 Dollar von 1909 bis 1917.³⁵ In der Zeit, wenn Frauen um ihre Rechte und Platz in der Gesellschaft gekämpft haben, war das ein unglaubliches Ergebnis. In der Zeit, wenn sich das Status des Stars nur langsam formte, konnten schon Zuschauer Mary Pickford auf der Leinwand erkennen. "Long before her name appeared in movies, audiences began to identify her as "the girl with the curls" or as "Little Mary", the character name most often used in her films."³⁶ Mit diesem Beispiel kann bestätigt werden, wie wichtig schon von dem Beginn der Hollywood Industrie der Stil des Stars für die Identifizierung war. Mary Pickford konnten Zuschauer erkennen, weil sie einen gewissen Stil, in diesem Fall die blonde Frisur, hatte, dass sogar zu ihrem Merkmal wurde.

³³ Brown, Kelly R.: Florence Lawrence, the Biograph girl. America's first movie star. Jefferson, NC [u.a.] : McFarland, 1999, S.53

³⁴ Ebda, S.34

³⁵ Vgl. Röwekamp, Burkhard: Hollywood. Köln : DuMont, 2003, S.16

³⁶ Balio, Tino: The American Film Industry. Madison, Wis. : Univ. Of Wisconsin Press, 1985, S. 136

„Mary Pickford holds a significant place in the early history of film stardom. Not only was she one of the most popular stars of the silent era but through her own actions, she effectively exploited her image and in so doing revealed the early value placed by the American film industry on the star as capital.“³⁷

Schon in der Zeit des frühen Films verkörperte Mary Pickford ein Image, das die ZuschauerInnen der damaligen Zeit erkannt haben und erinnert haben. „Auf ihr langes Haar, Signum der Person, hatte sie einige Male verzichten wollen und damit auf dem Kindskopf. Das war schwer. Die Fans wollten ihr Image mit Ringellöckchen und Kleidchen verewigen.“³⁸ Mary Pickford inspirierte die ZuschauerInnen zu einem Kinobesuch – die ZuschauerInnen wollte Mary sehen, ihr Gesicht, ihre Gestik, ihr Image. Sie stellte ein Star her, der ZuschauerInnen ins Kino für ihre Person gebracht hat. Sie war der Grund, warum die ZuschauerInnen die Filme von Famous Players sehen wollte.

„Although Zukor’s Famous Players films were generally not successful, there was a notable exception: those featuring „the girl with the curls“, soon to be known the world over as Mary Pickford. Pickford’s films inspired an early and enthusiastic following because her image somehow asserted itself despite the limitations of the films’ primitive camerawork.“³⁹

Die ZuschauerInnen sind ins Kino gekommen, um Mary Pickford zu sehen. Sie war eine der ersten anerkannten Stars, für die KinobesucherInnen die Filme, wo sie gespielt hat, angeschaut haben.

³⁷ McDonald, Paul: The star system : Hollywood’s production of popular identities. London [u.a.] : Wallflower, 2005, S. 32

³⁸ Heinzlmeier, Adolf/Schulz, Berndt/Witte, Karsten: Die Unsterblichen des Kinos. Band 1: Stummfilmzeit und die goldenen 30er Jahre. Frankfurt am Main : Fischer Taschenbuch Verlag, 1982, S. 14f

³⁹ Marantz Cohen, Paula: Silent film & the triumph of the American myth. Oxford [u.a.] : Oxford University Press, 2001, S.37

3 Mode im Film

Das zwanzigste Jahrhundert wurde durch Weiterentwicklung, Innovation und einen Fortschritt in verschiedenen Sphären, zum Beispiel in Kultur oder Kunst, charakterisiert. Die Masse hat eine Wende in der Gesellschaft gebracht. „Massenproduktion“, „Massenkonsum“ und „Massenmedien“ wurden als die dominierende Merkmale der westlichen Gesellschaft seit 1900 bezeichnet. Aus der Perspektive der Modegeschichte wurde die Behauptung aufgestellt, dass die spezifische Natur der Massengesellschaft auf ihrer Kleidung und Einstellung zur Kleidung und Identität beruhe.⁴⁰ Massenmedien haben Einfluss auf unser Verhalten, es ist natürlich, dass das was wir täglich empfangen, uns beeinflusst. Wenn eine Aktivität für die Gesellschaft natürlich ist, wird sie kopiert, damit sie alle in der Gesellschaft adaptieren können. Man adaptiert die neuen Mode Trends, damit man sich in der Gesellschaft sicher und als ein vollwertiges Mitglied fühlen kann. Film, als ein Massenmedium, lässt unsere Wahrnehmung arbeiten, er übermittelt Gefühle und Emotionen. Schon vom Anfang seiner Geschichte arbeitete Film mit Gefühlen, da „die emotionale Vermittlung keine Worte benötigt“.⁴¹ Schon der Stummfilm arbeitete mit unseren Emotionen und Reaktionen. Beim Betrachten eines Films sind Emotionen nötig, da sie unsere Reaktion auf dem Film hervorrufen. Alle zugänglichen Mittel, das Filmkostüm inklusive, werden zu dieser Reaktion benutzt. „Bereits der frühe Stummfilm hatte begriffen, wie sehr Stoff- und Kleidungsstücke unsere Gefühle herausfordern.“⁴² Mode und Film bilden eine wichtige Beziehung. Beide vermitteln der Gesellschaft Informationen. Beide lehren uns und beeinflussen unseres Bewusstsein. Es werden viele Arten und Typen von der Kleidung entworfen, doch nur einige werden zu Trends und nur einige werden auf der ganzen Welt kopiert und getragen.

„Kleidung einschließlich Accessoires sind Produkte, die durch einen Gestaltungsprozess realisiert werden. Welche Produkte akzeptiert und ‚Mode‘

⁴⁰ Vgl. Breward, Christopher: The Culture of Fashion. A New History of Fashionable Dress. Manchester : Manchester University Press, 1995, S. 182f

⁴¹ Devoucoux, Daniel: Mode im Film. Zur Kulturanthropologie zweier Medien. Bielefeld : transcript Verlag, 2007, S. 78

⁴² Devoucoux, Daniel: Mode im Film. Zur Kulturanthropologie zweier Medien. Bielefeld : transcript Verlag, 2007, S. 80

werden, legt allein ‚die‘ Gesellschaft beziehungsweise eine Gruppe der Gesellschaft oder eine Gemeinschaft fest.“⁴³

Die Gesellschaft bestimmt, was Mode ist und was getragen wird. Es ist aber die Film Industrie, die die Gesellschaft beeinflusst und ihre Meinung reguliert. Die Gesellschaft beeinflusst, was zu einem Trend wird, weil es uns der Film übermittelt hat. Wir schauen die Filmkostüme in Filmen an und gleichzeitig wirkt dieses Kostüm auf uns, da es nicht nur eine visuelle Funktion hat. Kleider können uns auch Informationen liefern und so unsere Meinung herstellen. Kleidung kann uns mehr über die Gesellschaft, die Zeit, aus der sie stammt oder über die Menschen generell, erzählen.

„Die Bekleidung wird als Objekt betrachtet, das die sozial-kulturellen Muster, Normen und Werte einer Gesellschaft oder einer Epoche tradiert, Beziehungen formell und informell strukturiert, das persönliche Milieu gestaltet und die Interaktionen orientiert oder sogar kontrolliert.“⁴⁴

Auch wenn Mode unwichtig erscheinen kann, beeinflusst sie unsere Wahrnehmung, repräsentiert, verrät mehr über Ereignissen – sie deckt den sozialen Status auf, entdeckt unseren Geschmack, unsere Hobbys und kann sogar mehr über unseren Charakter zeigen.

„Von der Mode heißt es, dass sie eine Zeitströmung sei, die parallel zur Weltgeschichte durch die Gesellschaft fließt. Sie ist der Wandel, der Wunsch nach Veränderung und gehört in dieser Funktion ebenso fest zur Grundausstattung des Menschen wie Macht der Gewohnheit. Wer Mode für überflüssig hält, erkennt diese als immanenten Bestandteil unserer Kultur und übersieht die Realität der menschlichen Natur: Menschen haben ein Bedürfnis danach, individuell und einzigartig zu sein, sich zu unterscheiden. Sie wollen Abwechslung, wollen unbekannte Seiten an sich entdecken.“⁴⁵

Genau die Abwechslung und unbekannte Seiten kann der Film bieten. Mode hat mit dem Film viel gemeinsam. Mode, wie auch der Film, verändert sich dauernd. Der Stil der Kleidung verändert sich immer, ständig gibt es neue Trends und andere werden schnell altmodisch. Bei der Filmwelt ist es nicht viel anders. Neue

⁴³ Loschek, Ingrid: Wann ist Mode? Strukturen, Strategien und Innovationen. Berlin : Reimer Verlag, 2007, S. 161

⁴⁴ Devoucoux, Daniel: Mode im Film. Zur Kulturanthropologie zweier Medien. Bielefeld : transcript Verlag, 2007, S. 29

⁴⁵ Völkel, Anika: Die Modezeitschrift. Vom „Journal des Luxus und der Moden“ zu „Brigitte“ und „Elle“. Hamburg : Dr. Kovač, 2006, S. 9f

Filme werden immer gedreht. In der Zeit des frühen Films gab es jede Woche einen neuen Film. Die Faszination, die uns Mode und Film liefern, bleibt aber.

„Mode macht per Kino Karriere. Umgekehrt fließt jede Mode in den Film, der auch zum zeitgeschichtlichen Dokument wird. Oder es kann geschehen, dass die Trends von ehemals von der „Bekleidungsindustrie“ nach Jahren noch einmal aufgegriffen werden – und man sich Vorbilder aus guten alten Kinotagen erinnert.“⁴⁶

Mode und Film funktionieren also für einander. Sie beeinflussen einander gegenseitig und profitieren jeder von dem anderen. Für Mode war Film effektiv, weil er den Verkauf der Mode und den neusten Trend vermittelt hat. Und umgekehrt sind ZuschauerInnen ins Kino gekommen um die Kostüme zu sehen und sich zu inspirieren. Die Mitarbeit vom Film und Mode war für beide vorteilhaft.

“Advances in the technology and materials used for clothing production have undoubtedly provided more comfortable, cheaper and attractive items to a larger proportion of the population, whilst the mediums through which fashion change has been communicated have allowed for an equally wide dissemination of fashion information, and broader opportunities for the stimulation of a more homogenous public imagination.”⁴⁷

Massenmedien ermöglichten eine weitere Verbreitung der Mode und sie stellten Möglichkeiten zur Stimulation der Phantasien dar. Neue Filme, ihre Figuren und die Kostüme dieser Figuren bezaubern die ZuschauerInnen. Die im Film verwendete Kostüme haben viel an Bedeutung gewonnen und es sind vor allem die Filmkostüme, die Mode mit Film verbinden und sich gegenseitig beeinflussen. Nicht nur die Modezeitschriften, auch der Hollywood Film hat dem Publikum die modischen Modelle näher gebracht. Dank Marketing und Werbung wurden gewisse Mitglieder der Gesellschaft als Mode Vorbilder charakterisiert. Die Vorstellungen basierten auf Qualität, Stil und Individualität.

Mode hat auch eine besondere Funktion, sie ist nicht nur da um angeschaut zu werden, doch sie kann uns auch Informationen liefern. „Die Mode ist weniger als starres Zeichen oder Folge von Zeichen zu betrachten, sondern vielmehr als

⁴⁶ Ponkie, Der Mensch ist, was er anhat...besonders in Hollywood. In: Engelmeier, Regine [Hrsg.] / Peter W. Engelmeier: Film und Mode, Mode im Film. München : Prestel, 1990, S. 66

⁴⁷ Breward, Christopher: The Culture of Fashion. A New History of Fashionable Dress. Manchester : Manchester University Press, 1995, S. 183

eine besondere Form der Entdeckung und Erfahrung.“⁴⁸ Kleidung wurde verwendet um zu schützen, um die Identität zum Ausdruck zu bringen und um andere zu reizen und zu beeinflussen. Nicht nur spiegelt Kleidung den individuellen Geschmack, sondern sagt etwas auch über den sozialen Status, Beruf und allgemeiner Kultur aus. Die Kleidung sollte die Narration des Films geschickt zu vermitteln.

„Die Rolle der Kleidung als Medium bezieht sich auf einen breiten Verhandlungsraum sozialer, politischer, kultureller, religiöser, moralischer, sexueller oder wirtschaftlicher Natur. Die Kleidung beeinflusst, ändert und orientiert dabei die Beziehungen zwischen Personen, Gruppen und Kulturen, die Beziehung zur Umwelt und der Person zu sich selbst.“⁴⁹

Die Verbindung zwischen Mode und Film ist unbestreitbar. Diese beide Elemente beeinflussen sich gegenseitig. Die Kostüme, die auf der Leinwand gezeigt wurden, bekamen im Endeffekt größeres Echo als Fotos in Modezeitschriften, da diese mehr Menschen gesehen haben. Es ist klar, dass “die stimulierende Wirkung der Mode ohne das Medium Film weitaus geringer ausfiele.”⁵⁰ Kleidung und Film arbeiten zusammen.

“Kleidung beeinflusst also die Kommunikation, erzeugt neue Bilder, verändert und beeinflusst Bewertungssysteme und –kriterien. [...] Kleidung kennzeichnet, bestätigt und erzeugt die Klüfte, die Hierarchien, die Spannungen und die Beziehungen, die Ordnungs- und Wertvorstellungen einer Gesellschaft auf eine teils sichtbare Weise – oder umgekehrt verdeckt und verwirrt diese.”⁵¹

Die Kleidung ermöglicht Kommunikation. Die Aufgabe, die Kleidung hat, annähern oder verdecken, wird in dem Film für die Charaktere ausgenützt. Das Filmkostüm ermöglicht es, ohne Worte mehr über den Charakter zu erzählen. Ein Filmkostüm ergänzt das Drehbuch und wird zu einem wichtigen Teil einer Rolle, die für ihre genauere Darstellung nötig ist.

Die Kostüme haben eine wichtige Funktion im Film. Sie “werden zu einem soziokulturellen Zeigefinger, um eine soziale, berufliche oder wirtschaftliche

⁴⁸ Devoucoux, Daniel: Mode im Film. Zur Kulturanthropologie zweier Medien. Bielefeld : transcript Verlag, 2007, S. 50

⁴⁹ Devoucoux, Daniel: Mode im Film. Zur Kulturanthropologie zweier Medien. Bielefeld : transcript Verlag, 2007, S. 29

⁵⁰ Engelmeier, Regine [Hrsg.] / Peter W. Engelmeier: Film und Mode, Mode im Film. München : Prestel, 1990, S. 7

⁵¹ Devoucoux, Daniel: Mode im Film. Zur Kulturanthropologie zweier Medien. Bielefeld : transcript Verlag, 2007, S. 30

Situation, eine politische und ideologische Zugehörigkeit oder Affinität zu signalisieren.“⁵² Der Kostümdesigner musste alle diese Aspekte beachten. Seine Aufgabe war deshalb hauptsächlich Kostüme zu entwerfen, die diese Bedingungen erfüllen wurden, und nicht Mode. Designer müssen nur das Skript folgen und nur wenn dieses nach Modestücken fordert, kann es passieren, dass sich einige wunderschöne Kleider bieten. Wie aber auch einer der sehr erfolgreichen Kostümdesigner, Adrian, meinte, manche Kostüme schauen geschmacklos aus, wenn sie anderswo getragen wurden als im Film oder in der Filmszene, für die sie entworfen wurden. “They are put into the picture like futuristic scenery – to help the drama – and are out of place anywhere else.”⁵³ Die amerikanische Frauen konnten es aber nicht stoppen. Fotografien, auf denen man Schauspielerinnen in Kostümen in ihren letzten Filmen sehen konnte, füllten Zeitschriften. Die Zeitschriften hatten in den großen wichtigen Studios immer einen Kontakt, der das wichtige Material über Stars und ihren Stil liefern konnte. “In every major studio, one publicist, always a woman, was the fan magazine contact whose job was to ensure that star publicity material was converted to make-up, hair style, wardrobe or figure care articles.”⁵⁴

Modezeitschriften warben, wie man sich ein Kleid, das aus dem Film bekannt ist, selbst nähen kann. Jedes Kostüm, das im Film gezeigt wurde, beeinflusste die Frauen der Gesellschaft. Für die Zuschauerinnen wurde Mode sehr wichtig. Sie kopierten die Stars und ihre Kostüme, die sie im Film gesehen haben, weil es bedeute, für kurze Zeit der Star zu sein, ihr Leben zu leben und ihr ähnlich zu sein. Hollywood mit seinen Filmen bot eine Traumwelt, wo alles möglich war. Stars im Film inspirierten die Zuschauerinnen, immer warteten sie ungeduldig auf das nächste Kostüm ihrer Lieblingsschauspielerin. “The actresses are mannequins in the women’s eyes. It is the reason why talking pictures are showing such an

⁵² Devoucoux, Daniel: Mode im Film. Zur Kulturanthropologie zweier Medien. Bielefeld : transcript Verlag, 2007, S. 37

⁵³ Landis Nadoolman, Deborah: Dressed: A Century of Hollywood Costume Design. New York : HarperCollins Publishers, 2007, S. 75

⁵⁴ Herzog, Charlotte/Gaines, Jane: „‘Puffed Sleeves before Tea Time’: Joan Crawford, Adrian and Women Audiences,“. In: Gledhill, Christine (Hg.): Stardom: Industry of Desire. London [u.a.] : Routledge, 1991, S. 78

influence on current fashions.”⁵⁵ Mehr als zuvor wollten die amerikanische Frauen die Kleider besitzen, die sie an ihren Lieblingsschauspielerinnen sahen. Die Arbeit der Hollywood Designer wurde ein fester Bestandteil der Bilder, die in Zeitschriften gezeigt wurden, wie auch Ideen wie man Scharm mit einem begrenzten Kostenplan erreichen kann. “A variety of cultural and economic interests contributed to the rapid embrace of consumer fashion by the 1930s.”⁵⁶ Mehr als je zuvor interessierten sich Frauen für Mode. Mode wurde auf einmal als ein Marketing Konzept wahrgenommen. Es war wichtig, die Beziehung Mode und Film zu bilden, da viele der Frauen ins Kino gegangen sind, um die Kostüme der Stars zu bewundern. Sie waren die primäre Konsumenten des Kinos und auch wenn sie mit Männer ins Kino gegangen sind, waren es meistens die Frauen, die den Film gewählt haben. In den 1930er Jahren wurden Frauen als zentral für den Erfolg der neuen Wirtschaft gesehen, weil sie die meisten Waren (auch die für die Männer geeignet) gekauft haben.⁵⁷

“A 1928 study found that women made 80 to 90 percent of all consumer purchases. Women’s responsibility for household purchases made them highly visible representatives of the new economy, stand-ins for the irrationality of market and manufacturing activity under commodity capitalism.”⁵⁸

Diese Eigenschaft der emotionalen Frauen musste genutzt werden. Hollywood und Mode waren eng verbunden. “Das Kino und die Modewelt können heute als die zwei Hauptbereiche gelten, in denen relevante gesellschaftliche Schönheitsbilder erzeugt werden, wobei sie selten die Ebene der Klischees verlassen.”⁵⁹ Das, was wir im Kino sehen, beeinflusst uns. Kino und Mode waren schon immer verknüpft, nebenbei sind es auch die Marketing Möglichkeiten und Einfluss auf die Gesellschaft was diese zwei Bereiche gemeinsam haben. Es ist wahrscheinlicher, dass Schönheit jemanden ansprechen kann. Die Macht der Bildproduktion

⁵⁵ Landis Nadoolman, Deborah: Dressed: A Century of Hollywood Costume Design. New York : HarperCollins Publishers, 2007, S. 76

⁵⁶ Berry, Sarah: Screen Style. Fashion and Femininity in 1930s Hollywood. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2000, S. 2

⁵⁷ Vgl. Berry, Sarah: Screen Style. Fashion and Femininity in 1930s Hollywood. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2000, S. xiv

⁵⁸ Berry, Sarah: Screen Style. Fashion and Femininity in 1930s Hollywood. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2000, S. 4f

⁵⁹ Devoucoux, Daniel: Mode im Film. Zur Kulturanthropologie zweier Medien. Bielefeld : transcript Verlag, 2007, S. 76

bestätigt den Fakt, dass die gesellschaftliche Akzeptanz einer Frau an Schönheitskriterien gemessen wird.⁶⁰ Die Bildmanipulation ermöglicht die Schönheitsbilder zu erstellen, auch wenn die Frage der Schönheit unmöglich zu beantworten ist. Die Schönheitsideale sind für jede Kultur verschieden, die Medien bieten uns das aktuelle Schönheitsbild an. Die Macht des Films erlaubt uns zu glauben, dass die Kostüme und SchauspielerInnen, die wir im Film sehen, als schön empfangen werden. Wenn sich das im Film hergestellte Schönheitsbild mit der Einkaufskraft der Frauen der Zeit verbinden, mussten Geschäfte, die Mode, die in den Hollywood Filmen gezeigt wurden, verkaufen, Erfolg haben.

3.1 Cinema Fashion Shops

Frauen waren soziologisch gesehen, diejenigen, die hausgehalten haben, die eingekauft haben und die die HauptbesucherInnen des Kinos waren. Alle diese Faktoren wurden ausgenutzt und führten zu neuen Geschäften, die Hollywood Mode verkauft haben.

„An important development in the relationship between Hollywood and the high street came in 1930 when Bernard Waldman established the Modern Merchandising Bureau. Waldman produced fashion lines based on clothing worn by female stars in films.“⁶¹

Bernard Waldman war im Jahr 1930 derjenige, der mit seinem „Modern Merchandising Bureau“ die aktuelle Mode in die Szene gebracht hat. Die Werbung der Mode in Hollywood Filmen hat gut funktioniert – Studios übermittelten Skizzen oder Fotografien von Stilen, die von den gewählten Schauspielerinnen in bestimmten Filmen getragen werden.

„All the studios (except Warner Bros., which launched its own Studio Styles in a similar capacity) (Abb. 3) provided Waldman with sketches or photographs of styles prior to the release of a film, and manufacturers would then produce styles based on these designs. The Bureaus would send the completed garments to retailers, accompanied by publicity materials on the stars and the films.“⁶²

⁶⁰Vgl. Ebda, S. 76

⁶¹ McDonald, Paul: The star system : Hollywood's production of popular identities. London [u.a.] : Wallflower, 2005, S. 54

⁶² Ebda, S. 54

Das Personal hat diese neue Stile zuerst ausgewertet und berechnete die neue Trends. Dann wurden Verträge mit den Herstellern unterschrieben und der Stil musste bis zur Veröffentlichung des Films produziert werden. Werbung, Fotografien und andere Materialien wurden dann gemacht und diese dann in die Geschäfte geschickt. Die Werbematerialien erwähnten Informationen über den Film – Informationen über den Film selbst, über die Stars die in dem Film spielten, über Studio, das den Film produzierte, sogar Informationen über Kinos, in welchen der Film projiziert wurde, waren dabei.

„Initially, the studios offered styles for no charge, believing in the value of free advertising. Waldman opened his chain of Cinema Fashion shops and by 1937, the company owned 400 shops while also providing star-endorsed styles to nearly 1,400 other outlets.“⁶³

Ähnlich wie „Modern Merchandising Bureau“ waren „Hollywood Fashions“ (Abb. 4), eine Geschäftskette, die die Modezeitschrift Photoplay gespendet hat. Photoplay hat Stile vorgestellt, die identisch mit denen, die „Hollywood Fashions“ Filialen bundesweit vertrieben haben, waren. Für den Verkauf wurden Schlagzeilen wie: „Now at Modest Prices: Styles of the Stars!“ benutzt, die darauf hingewiesen haben, dass man für einen geringen Preis wie ein Star aussehen konnte.⁶⁴

Für Studios stellte die Verbindung zwischen Hollywood und Mode eine Chance dar Kostüme, die man im Film gesehen hat, zu verkaufen. „For the studios, any association between costume designers and retail fashion was good publicity because it linked Hollywood style to the growing support for American ready-to-wear and wholesale designers.“⁶⁵

In der Zeit nach der Weltwirtschaftskrise hatten diese Geschäfte eine besonders wichtige Rolle. Da die Filmkostüme so populär geworden sind, verbreitete sich die Meinung, dass die neusten Trends nicht mehr in Paris zu sehen sind, sondern man sollte sie in Hollywood suchen. Wenn man sehen wollte, wie stylisch gekleidete Frauen aussehen, bevorzugte man die amerikanischen Städte, Paris

⁶³ McDonald, Paul: The star system : Hollywood's production of popular identities. London [u.a.] : Wallflower, 2005, S. 54

⁶⁴ Vgl. Berry, Sarah: Screen Style. Fashion and Femininity in 1930s Hollywood. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2000, S. 17

⁶⁵ Berry, Sarah: Screen Style. Fashion and Femininity in 1930s Hollywood. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2000, S. 21

wurde nicht mehr als Mekka der Mode betrachtet. Diese Ansicht wurde während der Ära nach der Depression ausgenutzt, wenn es die Kampagne „Buy American“ gab, die die amerikanische Bekleidungsindustrie protegierte. Mit Hilfe des Hollywood Designs versuchten USA die Gesellschaft zu überzeugen, dass sie amerikanische Produktion gegen Import priorisieren sollte.⁶⁶

Das Filmkostüm stellte für die damalige Gesellschaft eine wichtige Rolle dar. Mit Hilfe der Stars, die als Modeikonen bekannt wurden, konnte das Filmkostüm der Frauen der damaligen Gesellschaft Hoffnung geben, es hat den Frauen eine Art der Flucht angeboten, die in der damaligen Zeit erforderlich wurde.

⁶⁶ Vgl. Berry, Sarah: Screen Style. Fashion and Femininity in 1930s Hollywood. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2000, S. 21

4 Die Position der Frau

In ihrem Text zur feministischen Filmtheorie „Visuelle Lust und narratives Kino“ behauptet Mulvey, dass ein Blick die Frau in ein Schauobjekt verwandeln kann.

„In a world of sexual imbalance, pleasure in looking has been split between active/male and passive/female. In their traditional exhibitionist role women are simultaneously looked at and displayed, with their appearance coded for strong visual and erotic impact so that they can be said to connote *to-be-looked-at-ness*.“⁶⁷

Der Frau wurde die Rolle eines Objekts, das ständig angeschaut wird, zugeschrieben. Der Hollywood Film geht auch von dieser Behauptung aus, wenn seine Magie aus seiner qualifizierten und befriedigenden Manipulation der visuellen Lust entstand.⁶⁸ Nicht nur im Film erfüllt die Frau die Rolle des Schauobjekts für andere Charaktere. Auch die Zuschauer nehmen die Frau als ein Schauobjekt wahr. Mulvey geht davon aus, dass sich der Zuschauer mit dem aktiven männlichen Protagonist identifiziert. Nach der Identifizierung kann sich der Zuschauer auf das konzentrieren, was ihm gefällt – in diesem Fall auch auf die Frau im Film, die angeschaut werden soll. Hiermit kann man die Nachahmung der weiblichen Stars der Filme verstehen – Frauen ahmen die Schauspielerinnen und ihre Rollen nach, um das Schauobjekt im alltäglichen Leben zu werden. Im Kino nehmen sie die passive Funktion an, indem sie die Schauobjekte anschauen, um von dieser visuellen Lust später praktizieren zu können und selbst die passive Rolle zu erfüllen. Das Mainstream-Kino und die Konventionen, unter denen es sich entwickelt hat, schildern eine hermetisch abgeschlossene Welt, die sich auf magische Weise entwickelt, gleichgültig der Anwesenheit des Publikums und Spaß mit ihrer voyeuristischen Phantasie.⁶⁹ „Although the film is really being

⁶⁷ Mulvey, Laura: Visual and other pleasures. Bloomington [u.a.] : Indiana Univ. Press, 1996, S. 19

⁶⁸ Vgl. Mulvey, Laura: Visual and other pleasures. Bloomington [u.a.] : Indiana Univ. Press, 1996, S. 16

⁶⁹ Vgl. Mulvey, Laura: Visual and other pleasures. Bloomington [u.a.] : Indiana Univ. Press, 1996, S. 17

shown, is there to be seen, conditions of screening and narrative conventions give the spectator an illusion of looking in on a private world.“⁷⁰

Das Sehnen der Frauen nach Emanzipation hat ihren Höhepunkt mit der ersten Welle der modernen Frauenbewegung erreicht, die ungefähr bis in die 1920er Jahre reichte. Die erste Welle der Frauenbewegung datiert von der Mitte des 19. Jahrhunderts bis in die 1920er Jahre. Frauen kämpften vor allem für ihre Bürgerrechte, die nicht denen der Männer entsprachen, z. B. das Frauenwahlrecht, das Recht auf Zugang zu den Universitäten, eine Verbesserung der Bildungsmöglichkeiten oder die Anerkennung weiblicher Erwerbsarbeit.⁷¹ In der 1920er Jahre, wenn Frauen endlich mehr Rechte und Freiheit bekommen haben, hat sich auch ihrer Stil geändert. Sie genossen ihre neue Position, was sich auf der Mode abgespiegelt hat. Später in der schwerwiegenden Zeit des Zweiten Weltkrieges verlangen sie wieder nach Geborgenheit und üben gleichzeitig ihren Beruf weiter aus.⁷² Die Frauen brauchten dabei aber ein Schauobjekt zu bleiben, damit sich die Männer auf ihre Wünsche und Meinungen konzentrieren und diese zuzuhören. Die Position der Frau in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts, ist entscheidend für diese Diplomarbeit.

4.1 3K (Kinder, Küche, Kirche)

Unter der Phrase „Kinder, Küche, Kirche“ - 3K - versteht man die soziale Rolle, die der Frau in der Gesellschaft zugeschrieben wurde. In der Zeit des Zweiten Weltkrieges wurde die Phrase besonders aktuell, da sich seit den 1930er Jahren die Vorstellung verbreitete, dass Kinder-Küche-Kirche als das Emblem nationalsozialistischer Frauenpolitik verstanden wurde. Klischeehaft skizzierte es die untergeordnete Position der Frau in der patriarchalischen Gesellschaft.⁷³ Diese

⁷⁰ Mulvey, Laura: Visual and other pleasures. Bloomington [u.a.] : Indiana Univ. Press, 1996, S. 17

⁷¹ Mauer, Sandra: Die Frau als besonderes Schutzobjekt strafrechtlicher Normen. Ein Rechtsvergleich zwischen den Vereinigten Staaten von Amerika und der Bundesrepublik Deutschland. Würzburg : Diss., 2009, S. 11f

⁷² Vgl. Loschek, Ingrid: Mode im 20. Jahrhundert. Eine Kulturgeschichte unserer Zeit. München : Bruckmann, 1978, 113

⁷³ Vgl. Paetschek, Sylvia: Kinder – Küche – Kirche. In: Etienne, Francois (Hg.): Deutsche Erinnerungsorte. Bd.2 München : Beck, 2001, S.425

Vorstellung stimmt aber nicht. „Kinder, Küche, Kirche“ wurde aber nicht vom Nationalsozialismus oder gar von Adolf Hitler aufgebracht. (...) Zwar wurde in der Zeit des Nationalsozialismus das traditionelle Geschlechterverhältnis bestätigt und verfestigt.“⁷⁴

Die Rolle der Frau wurde aber schon früher ausgedrückt, wahrscheinlich schon seit dem 19. Jahrhundert. Das Schlagwort 3K fasst das Leben der Frauen zusammen – sie sollen sich nur in der Sphäre der Küche und Kirche begegnen, ihre einzige zusätzliche Aufgabe war sich um die Kinder zu kümmern. Die Rolle der Frau war nur mit dem Haushalt und der Familie verbunden, sie wurde mit Passivität beschrieben. „Die Frau wurde als passiv, duldend, emotional, sittlich-moralisch höherstehend, der Mann als aktiv, handelnd, rational beschrieben.“⁷⁵ Wenn auch Frauen aus der selben sozialen Schicht wie Männer kamen, hatten sie im Vergleich zu ihnen kaum Möglichkeiten Macht auszuüben, da sie nach ihrem Geschlecht beurteilt wurden, nicht nach der sozialen Schicht, aus der sie kamen.

„Frauen stellten eine äußerst heterogene soziale Gruppe dar, die jedoch als Gemeinsamkeit aufweist, daß sie in der Regel geringere Möglichkeiten der Machtausübung und Selbstbestimmung sowie weniger Vermögen hatten als Männer derselben Sozialschicht, Konfession oder regionalen Herkunft.“⁷⁶

Die Frauen waren der Kirche treu, sie lebten unter den christlichen Idealen. Frauen wurden als von Männer abhängig gesehen, was mit diesem Schlagwort gut zusammenfasst wird, da mit „Kinder, Küche, Kirche“ die einzigen Aufgaben und Zuständigkeiten der Frau und ihrer sozialen Rolle in der Gesellschaft beschrieben sind. Besonders aktuell war der Begriff in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts, vor allem in Europa in der Zeit des Zweiten Weltkrieges, es wird aber auch später in den 1960er Jahren im angloamerikanischen Kontext zu „einem Synonym für die Hausfrau, die von der Gesellschaft und dem Ehemann unterdrückt und ausgebeutet wird.“⁷⁷ Der Frau wurde hauptsächlich die Rolle der Hausfrau und der

⁷⁴ Paletschek, Sylvia: Kinder – Küche – Kirche. In: Etienne, Francois (Hg.): Deutsche Erinnerungsorte. Bd.2 München : Beck, 2001, S.425f

⁷⁵ Paletschek, Sylvia: Kinder – Küche – Kirche. In: Etienne, Francois (Hg.): Deutsche Erinnerungsorte. Bd.2 München : Beck, 2001, S.422

⁷⁶ Paletschek, Sylvia: Kinder – Küche – Kirche. In: Etienne, Francois (Hg.): Deutsche Erinnerungsorte. Bd.2 München : Beck, 2001, S.423

⁷⁷ Paletschek, Sylvia: Kinder – Küche – Kirche. In: Etienne, Francois (Hg.): Deutsche Erinnerungsorte. Bd.2 München : Beck, 2001, S.426

Mutter zugeschrieben. Die Kritik der traditionellen Frauenrolle war mit der Hilfe der Medien möglich und dem Publikum zugänglich. Es sind die Medien, die die Wirklichkeit konstruieren und die Macht haben, das Frauenbild verändern zu helfen.

4.2 Frau und Medien

Medien dienen als eine der wichtigsten Quellen für das Individuum⁷⁸, sie liefern die neusten Informationen, Kenntnissen oder Veränderungen. Es sind die Medien, die uns ermöglichen oder verbieten neues Wissen zu erwerben. Die Entwicklung der Medien akzelerierte vor allem in dem 20. Jahrhundert sehr schnell und sie funktionierten als eine Quelle der Information, Neuigkeiten aber auch als eine Quelle der Inspiration.

Eine eigene Meinung kann gebildet werden, doch der Einfluss der Medien ist offensichtlich. Das Thema des Geschlechts ist dann auch immer wieder aktuell. Der Themenkreis „Frauen und Medien“ hat in diesem Zusammenhang große Bedeutung, da

„Medien die erlebte „Wirklichkeit“ konstruieren und Leitbilder einer Gesellschaft vorgeben: Die gesellschaftlichen und kulturellen Zuschreibungen an Mann und Frau werden zum Großteil medial entworfen und somit von diesen vorgegeben.“⁷⁹

Während des 20. Jahrhundert hat sich die Position der Frau geändert und die Medien haben auch ihren Anteil daran gehabt. Es haben sich nicht nur die Werte geändert, sondern auch die Machtposition, Kompetenzen oder allgemein die Rolle im sozial Leben, in Politik, Wirtschaft oder in der Familie. Frauen sind mehr emanzipiert gezeigt und geworden und die Medien sind daran beteiligt.

„Die Thematisierung in den Medien ist ein überaus wichtiges Element dieses Weges, denn sie kann durch die Qualität wie die Quantität, wie Frauen in den Medien dargestellt werden und vorkommen, das Tempo der Emanzipation mitbestimmen. Drei Bereiche sind es vor allem, in denen die Beziehung von Frauen und Medien besonders augenfällig ist: Dort wo Frauen aktiv an der Gestaltung von Medieninhalten beteiligt sind (Journalistinnen), wo Frauen

⁷⁸ Dorer, Johanna/Matthias, Marschik, Wie die Medie “Frauen” konstruieren. Medienimpulse. Beiträge zur Medienpädagogik. Heft Nr. 29, September 1999. <http://mediamanual.at>, Zugriff: 09.02.2012

⁷⁹ Dorer, Johanna/Matthias, Marschik, Wie die Medie “Frauen” konstruieren. Medienimpulse. Beiträge zur Medienpädagogik. Heft Nr. 29, September 1999. <http://mediamanual.at>, Zugriff: 09.02.2012

Medieninhalte konsumieren (Rezipientinnen) und wo und wie Frauen in den Medien dargestellt werden.“⁸⁰

Die wichtige Rolle der Medien ist also nicht nur, wie Frauen gezeigt werden und was für ein Frauenbild uns Medien suggerieren, sondern auch wie Frauen die Medieninhalte konsumieren, empfangen und verstehen. Viele der Frauen sind von den Medieninhalten beeinflusst. Dies zeigt sich auch bei dem Thema Mode gezeigt wird, wenn Schauspielerinnen und im Film getragene Outfits von der Rezipientinnen kopiert sind. Vor allem in der frühen Ära des Hollywood Films hat das Frauenbild immer eine ähnliche Version, die die Frauen konsumieren konnten: Frauen wurden entweder als Hausfrauen, die um ihre Familie sorgten gezeigt oder hatten nur schmückende Aufgabe. Diese Rolle der Frau hat sich dann auch in der Kostümen der Zeit abgespiegelt. Frauen kopierten die Stars des Films, weil es die einzige Möglichkeit war, aus der alltäglichen Realität zu flüchten. Wie ein Star aussehen, bedeutet einem Star ähnlich zu sein, die Rolle des Stars wenigstens für kurze Zeit zu spielen. Die ZuschauerInnen bewunderten die SchauspielerInnen, die Stars wurden, für ihre Eigenheiten, die auch die Gründe repräsentierten, warum sich die ZuschauerInnen ihnen ähneln wollten. „Such qualities as charisma, beauty, exceptional talent, and luck become the determinants of stardom.“⁸¹ Nicht nur diese Eigenschaften stellten Stars fest, sondern auch die in den Medien erwähnten Informationen, bildeten das Image der Star. Studios mussten achten, welche Elemente des öffentlichen sowie des privaten Lebens des Stars wurden publiziert. Stars wurden als ein Produkt des Star Systems produziert. Die verbreitete Informationen über den Stars machten ihren Star Image aus. „A final factor in the making of the film star system therefore came with the circulation of information that identified and promoted the images of individual performers.“⁸² Positiv wahrgenommene Stars, die aus dem Hollywood Film bekannt waren, haben das Frauenbild beeinflusst. Ihre Situation war entscheidend für die Rolle der Frau.

⁸⁰ Dorer, Johanna/Matthias, Marschik, Wie die Medie “Frauen” konstruieren. Medienimpulse. Beiträge zur Medienpädagogik. Heft Nr. 29, September 1999. <http://mediamanual.at>, Zugriff: 09.02.2012

⁸¹ DeCordova, Richard: Picture Personalities: The emergence of the star system in America. Urbana, Ill. [u.a.] : University of Illinois Press, 2001, S. 9

⁸² McDonald, Paul: The star system : Hollywood’s production of popular identities. London [u.a.] : Wallflower, 2005, S. 28

„Für die Entwicklung des Frauenbildes haben Leinwandstars wie Jean Harlow, Mae West, Greta Garbo oder Marlene Dietrich viel getan. Mit ihnen fanden es die Kinofrauen an der Zeit, Menschen zu werden. Sie stellten den Mythos in Frage, nur „eine Lebenssituation des Mannes“ zu sein, wie Roland Barthes befand.“⁸³

Die Situation hat sich mit der Zeit verändert und Frauen konnten auch in Positionen, die früher nur als männliche Domäne galt, gezeigt werden. Immer aber gilt noch die Aussage, dass Frauen in einer geschlechtertypischen Weise präsentiert werden. Die Frauenstereotypen sind zwar vielseitig geworden, die geschlechtliche Zuordnung erfolgt aber nach wie vor sehr eindeutig.⁸⁴ Frauen sind stereotypisch dargestellt, man konzentriert sich auf ihre visuelle Attraktivität.

Die Realität, die in den Medien gezeigt wird, erscheint als natürlich. Es handelt sich aber um eine Wirklichkeit, die in der Gesellschaft herrscht und von der Gesellschaft konstruiert wird. Diese Realität, „die da erschaffen wird, wirkt aber natürlich nicht nur auf Frauen, sondern auch auf Männer, denn auch sie rezipieren die Inhalte und Darstellungsweisen der Medien.“⁸⁵ Für beide Geschlechter kann es also ungekünstelt wirken, dass eine Frau nur die Rolle spielen soll und nur dem Frauenbild entsprechen soll, die in Medien gezeigt werden.

Frauen werden immer noch als untergeordnete den Männern gezeigt. Die Männer sind noch immer als dominant gesehen, die Rolle der Weiblichkeit ist untergeordnet. Eine der Rollen der Frau bleibt also noch immer attraktiv zu sein, weil sie als ein Schauobjekt wahrgenommen wird. Frauen konzentrieren sich auf ihre visuelle Attraktivität, auf Mode und Kleidung, die ihnen helfen, ihre Rolle zu erfüllen und können auch dazu leiten, das Frauenbild zu verändern.

⁸³ Heinzlmeier, Adolf/Schulz, Berndt/Witte, Karsten: Die Unsterblichen des Kinos. Band 1: Stummfilmzeit und die goldenen 30er Jahre. Frankfurt am Main : Fischer Taschenbuch Verlag, 1982, S. 9

⁸⁴ Vgl. Dorer, Johanna/Matthias, Marschik, Wie die Medien „Frauen“ konstruieren. Medienimpulse. Beiträge zur Medienpädagogik. Heft Nr. 29, September 1999. <http://mediamanual.at>, Zugriff: 09.02.2012

⁸⁵ Dorer, Johanna/Matthias, Marschik, Wie die Medien „Frauen“ konstruieren. Medienimpulse. Beiträge zur Medienpädagogik. Heft Nr. 29, September 1999. <http://mediamanual.at>, Zugriff: 09.02.2012

4.3 Veränderung des Frauenbildes anhand der kinematographischen Modetrends

Der soziale Status der Frau hat sich im 20. Jahrhundert langsam formiert.

„Der Durch den Ersten Weltkrieg bedingte Arbeitskräftemangel verschaffe sowohl in Großbritannien als auch in den USA den Frauen eine starke Prägnanz in vielen Bereichen des öffentlichen Lebens. Dies führte letztlich im Jahr 1919/20 in den USA (19. Zusatzartikel der Verfassung) und 1928 in Großbritannien zur Akzeptanz des Frauenwahlrechts.“⁸⁶

Ein Wahlrecht oder zugleich einen Arbeitsplatz und Familie zu haben, sind nur einige der Alternativen, die den Frauen diese Zeit gebracht hat. Die Veränderung, die das Frauenbild in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts erfahren hat, war entscheidend für die Position, die die Frau in der heutigen Gesellschaft hat. Das Frauenbild und Mode haben sich immer gegenseitig beeinflusst. Oft mussten sich die Kleidung und Mode der aktuellen gesellschaftlichen Situation adaptieren.

„Es ist offensichtlich, dass sich Mode und Frauenbild schon immer gegenseitig beeinflusst haben. So lässt sich aus einem Modestil das jeweilige vorherrschende Frauenbild der Zeit herauslesen, gleichzeitig ist es allerdings auch möglich, durch die Stellung der Frauen in der Gesellschaft und der Familie Rückschlüsse auf die von ihnen getragene Mode zu ziehen.“⁸⁷

Der Film spielt eine wesentliche Rolle, wenn wir aus dem Modestil der Frau der jeweiligen Zeit ihre Position und Rolle in der Gesellschaft herauslesen wollen. Das Medium Film reagierte auf Modestile, gesellschaftlichen Geschmack und das jeweils herrschende Frauenbild. Der Einfluss, den Mode und Film aufeinander gehabt haben, war bedeutungsvoll. Aus einem Film und seinen Kostümen kann man mehr Informationen über die damalige Zeit und Gesellschaft herausfinden. Die Kostüme spiegelten die damalige Mode und die Mode spiegelte die damalige Gesellschaft.

Die erste Hälfte des 20. Jahrhunderts war entscheidend für die Formierung des Frauenbildes. Während dieser Zeit hat sich die Position der Frau verändert, da Frauen nicht nur Wahlrecht bekommen haben, sondern es wurde ihnen erlaubt zu arbeiten. Die wichtigste Veränderung ist in der 1920er Jahren passiert, in der Zeit

⁸⁶ Jungkuntz, Bettina: Zum Ingenieur geboren? Einflüsse auf die Berufswahl von Ingenieurinnen und Naturwissenschaftlerinnen. Berlin : Logos Berlin, 2012, S. 83

⁸⁷ Bernhard, Silke: „Funny Face“ und „The Devil wears Prada“ – Eine vergleichende Analyse zweier Portraits der Modebranche bezüglich Mode-und Frauenbild, Figurenkonstellationen und Technik. Wien : Dipl., 2008., S. 15

nach dem Ersten Weltkrieg. Diese Veränderung wird in der Mode reflektiert, wenn die Frau ihre derzeitige Position immer am leichtesten mit ihrem Kleidung ausdrücken konnte. Die Kleidung und Stil der Frauen spiegelten ihre damalige Position ab. In der Zeit des Ersten Weltkriegs musste die Alltagskleidung der Frau einfacher, strenger und zweckmäßiger sein. Es wurde empfohlen, nicht allzu modisch auf der Straße zu gehen.⁸⁸ Doch es war gerade der Erste Weltkrieg, der Frauen nach seinem Ende neue Möglichkeiten geboten hat. Die 20er Jahre des 20. Jahrhunderts waren mit dem Flapper-Stil gekennzeichnet. Das „Bild einer gertenschlanken, charlestontanzenden Person in einem kurzen Hänger mit langer Zigarettenspitze, Perlenkette und Bubikopf“ war typisch für diese Zeit.⁸⁹ (Abb. 5) Das sich die visuelle Gestaltung der Frau veränderte, hängt eng mit ihrer neuen Position in der Gesellschaft zusammen. „Der Krieg hatte die Stellung der Frau ebenso wie die gesellschaftliche Ordnung verändert. Die Frauen waren durch den Krieg und die damit verbundene Berufsausübung selbständiger geworden.“⁹⁰ Die Freiheit und neue Möglichkeiten veränderten die soziale Rolle der Frau, was auch in ihrem Kleidungsstil abgebildet wird. In den 20er Jahre, haben die Frauen endlich zum ersten Mal ihre Beine gezeigt und so eine jahrelange Tradition gebrochen. (Abb. 6) Mit dieser Veränderung ihres Kleidungsstils haben Frauen ihre Emanzipationsfähigkeit unterstützt. Nicht nur die kurzen Röcke, die ihre Beine zeigten, sondern auch der neue Haarschnitt zusammen mit dem Make-up betonten die Weiblichkeit der Frauen. Der Bubikopf hat Frauen zum ersten Mal nach Jahrhunderten erlaubt, ihre Haare zu schneiden ohne bestraft zu werden. In der Zeit der 20er Jahre wurde diese Frisur als ein Symbol der Emanzipation und Gleichberechtigung gesehen.⁹¹ Die Frauen wurden sexuell wahrgenommen. Die sexuelle Weiblichkeit zusammen mit der Emanzipation und neu gefundenen Freiheit haben ein neues Frauenbild konstruiert, das von den Filmen der damaligen Zeit unterstützt und aufgenommen wurde.

⁸⁸ Vgl. Loschek, Ingrid: Mode im 20. Jahrhundert. Eine Kulturgeschichte unserer Zeit. München : Bruckmann, 1978, S.33-36

⁸⁹ Loschek, Ingrid: Mode im 20. Jahrhundert. Eine Kulturgeschichte unserer Zeit. München : Bruckmann, 1978, 59

⁹⁰ Loschek, Ingrid: Mode im 20. Jahrhundert. Eine Kulturgeschichte unserer Zeit. München : Bruckmann, 1978, 59

⁹¹ Vgl. Loschek, Ingrid: Mode im 20. Jahrhundert. Eine Kulturgeschichte unserer Zeit. München : Bruckmann, 1978, 85

Eine wesentliche Rolle spielte in diesem Fall der Film, der schon langsam an Wichtigkeit gewonnen hat. Die Stars der Filme spielten eine Rolle bei der Änderung der Position der Frau, indem sie die Frauen inspirierten und ihnen neue Möglichkeiten zeigten. Stars wurden bewundert und das Medium Film diente als ein Instrument um die neusten Kreationen der Frauen vorzustellen um sie zu inspirieren. Die 30er Jahre des 20. Jahrhunderts wurden auch die goldene Ära der Filmzeit genannt. Die Zeit nach der Weltwirtschaftskrise und vor dem Beginn des Zweiten Weltkriegs war nicht nur für den Film Gebiet entscheidend, diese Zeit hat geholfen, die Position der Frau, ihr Selbstbewusstsein und ihre Freiheit, zu verbessern. Die Spannung, die in den 30er Jahren rund um die Fragen des sozialen Status der Frauen herrschte, wurde aufgrund der Depression noch verstärkt. Frauen wollten ihre Arbeitsplätze behalten und mussten deshalb immer öfter kämpfen, um ihre gegensätzliche Positionen in der Arbeit und in ihrer Familie zu verbinden. Dass die Idee, dass man seine Arbeit mit Familie verbinden kann, realisierbar ist, unterstützte auch die Schauspielerin Clara Bow:

„Marriage ain't woman's only job no more. A girl who's worked hard and earned her place ain't gonna be satisfied as a wife. I know this, I wouldn't give up *my* work for marriage. I think a modern girl's capable of keeping a job *and* a husband.“⁹²

Frauen wurden zu selbstbewussten Individualitäten, derer sozialer Status durch ihr Aussehen beeinflusst wurde. Die Idee in dieser Zeit war, dass Frau, die sich um sich selbst kümmert und an sich selbst arbeitet, erfolgreich sein kann und nicht mehr von einem Mann und seiner sozialer Stellung abhängig ist.

„Marketing discourses of the 1930s placed great emphasis on how „techniques of the self“ (such as fashion and etiquette) could help women become more successful both socially and in the workplace. This advertising emphasis on self-improvement contradicted older notions that a woman's social status was defined by her father's or husband's social position. It also challenged the authority of traditional taste-makers by presenting Hollywood stars as cultural elite worthy of emulation.“⁹³

⁹² Johnson, Russell L.: Flappers. Overview.

http://www.anzasa.arts.usyd.edu.au/ahas/flappers_overview.html. Zugriff: 24.06.2012

⁹³ Berry, Sarah: Screen Style. Fashion and Femininity in 1930s Hollywood. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2000, S. xix

Die Stars der damaligen Hollywood Filmen wurden als ein nachahmenswertes kulturelles Vorbild dargestellt. Sie stellten eine Quelle der Inspiration für die Frauen dar. Immer öfter inspirierten sich Frauen an dem Erscheinungsbild der Stars des Films. „Stars von Bühne und Film beeinflussten ebenfalls den Frauentyp der dreißiger Jahre, wobei das große Idol der Zeit Greta Garbo hieß.“⁹⁴ Garbo galt als ein Prototyp der Schönheit und Eleganz, Frauen kopierten ihren Stil, um sich in einen Garbo Typ zu verwandeln. Nach den 1920er Jahren, die sich mit der unbekannten Freiheit auszeichneten, wurde in den 30er Jahren eine neue Modelinie angekündigt. Die Kleider sind länger geworden, nur die schmale Figur der Frau und ihre Taille wurde betont. Kennzeichnend waren die extrem betonten Schultern, die die große Puffärmel unterstrichen haben.⁹⁵ (Abb. 7) Die Taille und Hüften sollten schmaler aussehen und diese Details, große Puffärmel und breite Schultern, sollten eine optische Illusion darstellen. Frauen bekamen so eine schmale Silhouette, die anziehender wirkte. Diese Mode hat Joan Crawford mit ihren Filmkostümen berühmt gemacht.

„Schiaparelli is credited with having started the trend by emphasizing broad shoulders in her 1930 and 1931 collections, but Adrian’s Letty Lynton dress combined the look, which particularly suited Crawford’s figure, with a neo-Victorian femininity that remained popular in U.S. eveningwear for the rest of the decade.“⁹⁶

Am Beginn dieses Mode Trends steht das Kleid, das der Modeschöpfer Adrian für den Film „Letty Lynton“ entworfen hat. Im Jahr 1932 designte er das Kleid für Joan Crawford für ihre Rolle in diesem Film. (Abb. 8) Das Kleid hat einen enormen Trend der 30er Jahre ausgelöst, wenn nur in Macy’s in New York mehr als eine halbe Million Kopien dieses Kleides verkauft werden sein sollten.⁹⁷ Dieser Mode Trend wurde die ganze 30er Jahre beliebt, wenn lange Kleider mit schmaler Taillierung und betonten Schultern getragen wurden. Zu den Details, die die

⁹⁴ Loschek, Ingrid: Mode im 20. Jahrhundert. Eine Kulturgeschichte unserer Zeit. München : Bruckmann, 1978, 121

⁹⁵ Vgl. Loschek, Ingrid: Mode im 20. Jahrhundert. Eine Kulturgeschichte unserer Zeit. München : Bruckmann, 1978, 126

⁹⁶ Berry, Sarah: Screen Style. Fashion and Femininity in 1930s Hollywood. Minneapolis : University of Minnesota Press, 2000, S. 89

⁹⁷ Vgl. Hymowitz, Ellen: The Thirties. In: Condra, Jill: The Greenwood Encyclopedia of Clothing through World History. 1801 to the Present, Vol. 3. Westport : Greenwood Publishing Group, 2008, S. 132

Kleider haben mussten, gehörten auch Falten, Spitze, Rüschen oder Pelz. Frauen bevorzugten einen weiblichen Stil bei dem es möglich war, sich zu verschönern. Mode wird oft als ein trivialer Aspekt gesehen, doch sie hat eine entscheidende Rolle bei der Formierung des Frauenbilds gespielt. „Fashion and fan cultures are often seen as trivial or suspect, but it is clear that they have played a role in women’s quest to maximize access to a greater range of social worlds.“⁹⁸

Mit dem kommenden Zweiten Weltkrieg (1939-1945) hat sich nicht nur die damalige Ära verändert, ein Stil und eine neue Mode wurden auch erfordert. Das Frauenbild musste sich an die damalige gesellschaftlichen Situation anpassen. Ein strengeres Aussehen wurde erfordert. Der Zweite Weltkrieg hat das Denken der Gesellschaft verändert. Jede modische Entwicklung während dieser Zeit wurde unterbunden. Stoffrationierung und der Zwang, sich praktisch und einfach zu kleiden waren daran verantwortlich. (Abb. 9) Es wurde gefördert, die Sparmaßnahmen zu berücksichtigen. Mit ihrer Kleidung konnten Frauen kaum öffentlich provozieren. Sie sollten gepflegt, aber nicht verschwenderisch aussehen, weil nur Frauen, die auf ihren Aussehen und ihren Körper halten, konnten als gesunde und vorbildliche Frauen und Mütter betrachtet werden.⁹⁹ Stoffrationierung zwang Frauen nur das Stoff zu benutzen, das sie zum Verfügung hatten und diesen Bedingungen auch ihren Stil anzupassen. „Women were forced to make do with the fabrics that were easily available to them and had to adapt styles so that they didn’t use up more than their share of rationed fabrics. This meant sleeveless dresses and shorter shirts.“¹⁰⁰ Zu einem beliebten Trend gehörte auch alte Kleider in neue zu verwandeln. In der Zeit des Zweiten Weltkriegs wenn die Männer gekämpft haben, mussten die Frauen arbeiten. Ihre Kleider sollen deswegen vor allem praktisch und einfach sein. Kurz nach dem Ende des Zweiten Weltkrieg wurde das „New Look“ von Dior im 1947 vorgestellt. Nach dem dunklen Jahren des Krieges, wenn die Kleidung in erster Linie die praktische Funktion erfüllen musste und ihren Zweck dienen sollte, hat Dior Frauen endlich Freude gebracht.

⁹⁸ Berry, Sarah: Screen Style. Fashion and Femininity in 1930s Hollywood. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2000, S. xxii

⁹⁹ Vgl. Loschek, Ingrid: Mode im 20. Jahrhundert. Eine Kulturgeschichte unserer Zeit. München : Bruckmann, 1978, 150

¹⁰⁰ Condra, Jill: The Greenwood Encyclopedia of Clothing through World History. 1801 to the Present, Vol. 3. Westport : Greenwood Publishing Group, 2008, S. 145

„Die neuen glockig weiten, wadenlangen Röcke, die die enge Taille noch zerbrechlicher erscheinen ließen und die schmalen, natürlich abfallenden Schultern, ohne die gewohnten Achselpolster, strahlten ebenso Eleganz wie jugendliche Beschwingtheit aus.“¹⁰¹

Diese neue Mode haben die Frauen positiv angenommen. Dior hat mit der Rückkehr des Korsetts die Weiblichkeit der Frauen unterstrichen. Die Accessoires mussten aufeinander abgestimmt werden. Mit den 50er Jahren wurde der Frau die Rolle der Hausfrau zugeschrieben und auch zu Hause musste sie auf ihr Aussehen achten. Gleichzeitig zu dieser Zeit haben Kinos eine große Filmkrise erlebt, wenn mehrere Kinos schließen mussten. Mit Erfindung des Fernsehers sind immer mehr ZuschauerInnen zu Hause geblieben. Das Kino hat seine magische Rolle verloren und auch wenn Filme immer noch angeschaut werden, die Zahlen haben nie den Erfolg des Kinobesuchens der goldenen Ära des Films erreicht. Stars zogen noch immer ZuschauerInnen an, doch ihre Rolle wurde in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts beeinflussender.

¹⁰¹ Loschek, Ingrid: Mode im 20. Jahrhundert. Eine Kulturgeschichte unserer Zeit. München : Bruckmann, 1978, 157

5 Filmkostüm

Kostüm löst bei den Zuschauern eine rationale und emotionale Reaktion aus, es kommuniziert mit dem Publikum anhand einer Konvention, Erfahrung und Phantasie. Der Autor reflektiert aufgrund der Erfindungskraft, des Scharfsinns, einer originellen Idee, aber auch aufgrund der Invention, die aus seinem eigenen Geschmack, Erfahrung, persönlichen und eigenen Eigenschaften folgt, und der Neigung zu spezifischem Ausdruck und Stimmung. Das Kostüm ist auch ein Krieg der Stile, es ist das Bizarre, ein Kreuzungsprodukt, es repräsentiert Strenge, Zitierung, Mode, Exzentrität, unerwartete Rede, Ideenklau, Imitation.¹⁰²

Schon von der ersten Minuten des Films bilden alle Teile, alle Details, die gezeigt wurden, das gesamte Produkt – den Film. Kostüm gehört zu einem dieser Details. Kostüm redet zu den Zuschauern noch bevor der Schauspieler. Einfache Details erzählen viel über den Charakter und die Szene. Kostüm ist auch eine der wichtigsten Wege, wie man eine Geschichte erzählen kann. Das Kostüm repräsentiert ein dramatisches Element, das ein Teil des Charakters bilden soll. Kostüm verrät den sozialen und gesellschaftlichen Status des Charakters. Das Filmkostüm leitet unsere Wahrnehmung des Filmes. „Ein Kostüm liefert im Film den Zuschauern den ersten Eindruck von einer Person, von einer Figur, noch bevor diese Person sich bewegt oder gesprochen hat.“¹⁰³

Audrey Hepburn meinte: „Wenn Kleider Leute machen, dann machen Kostüme gewiß Schauspieler.“¹⁰⁴ Die Kostüme stellen den Charakter vor, die Zuschauer können über die Vergangenheit, den sozialen Status oder Geschmack der Person Details rausfinden, noch bevor die Person geredet hat. Bei dem Filmkostüm ist der Charakter des Schauspielers oder sein Geschmack weniger wichtig, da man sich hauptsächlich auf die Rolle fokussiert. Schauspieler im Film repräsentieren nicht sich selbst, sondern die Charaktere, die sie spielen. Ihre Kostüme helfen ihnen die Charaktere zu spielen, ihre Persönlichkeit zu bilden. „Der Look ist ein fester

¹⁰² Vgl. Čorba, Milan: Kostýmová tvorba. Prednášky. Bratislava : Divadelný ústav Bratislava, 2009, S. 90

¹⁰³ Devoucoux, Daniel: Mode im Film. Zur Kulturanthropologie zweier Medien. Bielefeld : transcript Verlag, 2007, S. 32

¹⁰⁴ Hepburn, Audrey: Kostüme machen Schauspieler. Ein persönliches Bekenntnis. In: Engelmeier, Regine [Hrsg.] / Peter W. Engelmeier: Film und Mode, Mode im Film. München : Prestel, 1990, S. 11

Bestandteil der Person, oder präziser formuliert: das Filmkostüm „bewirkt eine Synthese zwischen der Rolle und der/dem SchauspielerIn.“¹⁰⁵ Das Kostüm soll dem/der SchauspielerIn helfen, sich in die Rolle zu versetzen. „Daß Akteure und Aktrizen ihre Rollen im vermeintlich eigenen Leben weiterspielen können, hat viel mit Outfit zu tun.“¹⁰⁶ Das Kostüm hat den SchauspielerInnen geholfen, ihre Charaktere so detailliert zu darstellen, dass sie mit ihnen auch in ihrem Alltagsleben oft verbunden werden. Rita Hayworth hat im *Gilda* (1946) die Hauptrolle gespielt, ihr Kostüm hat Jean Louis entworfen, der der Meinung war: „I couldn't dress Gilda as I would have dressed Rita Hayworth in her private life.“¹⁰⁷ Der Charakter war das wichtige, nicht der/die SchauspielerIn. Rita Hayworth war dieses Problem bekannt, wenn sie oft mit dem Image von Gilda, das sie dank ihres bekannten Kostüm gewonnen hatte, kämpfen musste. (Abb. 10) „Men go to bed with Gilda but they wake up with me.“¹⁰⁸ Das Filmkostüm machte die Stars oft zu Modeikonen und manche der Stars sind auch dank ihren Kostümen und Stil, der von den Zuschauerinnen kopiert wurde, bekannt.

Zwischen Regisseur und Kostümdesigner existiert eine enge Beziehung. Oft wählen Regisseure dieselben Kostüm Designer für ihre Filme, damit ihre Filme einen gewissen Stil entsprechen. Die Filme der Regisseure können dann einen genauen Muster folgen, der nicht nur von der Art und Weise des Schnitts, Kamera oder Licht, sondern auch dank den Kostüme gebildet wurde.

In der Studio Ära hatte jedes Studio Verträge mit seinem eigenen Kostümdesigner unterschrieben. Vor allem in der „Golden Age“ Ära der 1930er hatten die Kostümdesigner in Studios an Wichtigkeit gewonnen. Sie haben geholfen, den Stil der Filme, die die Studios drehten, dank ihrer Kostümen und ihres eigenen Stil zu definieren. Gleichzeitig mussten sie aber auf die Wünsche des Studios achten.

¹⁰⁵ Devoucoux, Daniel: Mode im Film. Zur Kulturanthropologie zweier Medien. Bielefeld : transcript Verlag, 2007, S. 34

¹⁰⁶ Berg, Angelika / Regine Engelmeier: Design oder Nichtsein. Kostümbildner und Couturiers in Hollywoods großen Tagen. In: Engelmeier, Regine [Hrsg.] / Peter W. Engelmeier: Film und Mode, Mode im Film. München : Prestel, 1990, S. 19

¹⁰⁷ Nadoolman Landis, Deborah: Dressed: A Century of Hollywood Costume Design. New York : HarperCollins Publishers, 2007, S. 163

¹⁰⁸ Rosenbaum, Jonathan: Goodbye Cinema, Hello Cinephillia: Film Culture in Transition. Chicago : University of Chicago, 2010, S. 71

„The studios developed individualistic „house styles“, with the studio and producer, not the designer or director, setting the look of any production. With advances in film technology and an ever-increasing audience's demand for entertainment, escapism, and glamour, the 1930s would also become the golden age of Hollywood costume design.“¹⁰⁹

Zusammen mit dem Tonfilm ist auch der Wunsch gekommen, dass die Kostüme tragbar ausschauen sollten. Auch deswegen wurden die 1930er als die goldene Ära des Kostümdesigns genannt, die Kostüme haben noch mehr an Wichtigkeit gewonnen. Mode kam den Kostümen im Film noch näher. Es war noch nie so wichtig wie eine Star auszuschauen, da die Kostüme noch nie der aktuellen Mode so sehr entsprachen.

Mode hat mit dem Kostüm etwas gemeinsam – beide drücken Identität aus. Die richtigen Kostüme herzustellen, bedeutete immer viel zu recherchieren. Sie müssen nicht nur mit dem Charakter korrespondieren, seine Persönlichkeit auszudrücken, sondern sie müssen auch der genauen Ära, in der sich die Handlung abspielte, treu bleiben. Bei zeitgenössischen Filmen können sie später als Forschungsmaterial dienen. „Die Kostüme von Filmen folgen den allgemeinen Modetrends und machen dabei die Epoche der Dreharbeiten erkennbar.“¹¹⁰ Außerdem sollten die Kostüme markant genug sein, damit man sie merkt, aber nicht zu markant, damit sie die Aufmerksamkeit von der Filmhandlung nicht ablenken wurden. Wie Stummfilm Regisseur Wallace Wisely meinte: „The costumes must be incidental – accurate, correct, but inconspicuous.“¹¹¹

Eine spezielle Kategorie bilden aber die Kostüme, die für ein Musical, Kostümdrama oder einen Modofilm entworfen wurden. Diese Filme zeigen das Kostüm von seiner schönsten Seite. Bei diesen Filmen steht das Filmkostüm im Zentrum und man muss ihm spezielle Aufmerksamkeit widmen. Bei einem Kostümdrama muss man für die Kostüme eine genaue Recherche absolvieren, da

¹⁰⁹ Vgl. Nadoolman Landis, Deborah: Dressed: A Century of Hollywood Costume Design. New York : HarperCollins Publishers, 2007, S. 72

¹¹⁰ Devoucoux, Daniel: Mode im Film. Zur Kulturanthropologie zweier Medien. Bielefeld : transcript Verlag, 2007, S. 33

¹¹¹ Nadoolman Landis, Deborah: Dressed: A Century of Hollywood Costume Design. New York : HarperCollins Publishers, 2007, S. 32

diese der Epoche, in der die Geschichte des Films stattfindet, entsprechen müssen.

Bei einem Modofilm steht natürlich Mode und das Filmkostüm im Zentrum, wenn sie auch eine signifikante Rolle spielen und die Handlung sich auf sie konzentriert. Diese Filmen bringen die Welt der Mode und Modenschau den Zuschauern näher. Die Rolle der Stars als Modeikonen wird in diesen Filmen noch deutlicher, weil Mode und Kostüm hier noch mehr im Zentrum stehen und wichtiger sind als in anderen Filmen, sie werden ein Teil des Drehbuchs. „The fashion film also frequently features performances by female stars who play fashion models, literalizing the commercial role of the star as an exemplar of fashionable self-presentation.“¹¹² Mit diesen Filmen bleiben die Stars ihrer kommerziellen Rolle einer Modeikone treu, wenn sie hier als ein Beispiel für modische Selbstdarstellung stehen.

Ein Musical verknüpft den Traum mit Realität, was sich in den Kostümen widerspiegelt. Musicals dienten auch als eine Kritik an Snobismus und die Unterscheidung zwischen Klassen Schichten. Bei einem Musical ist alles möglich, die Kostüme sollen hauptsächlich eine buntfarbige, optimistische Rolle spielen. Kostümdesigner haben oft reflektierenden Stoff gewählt, der Kostümdesigner Adrian hat oft mit Perlen und metallischen Stoffen gearbeitet, um die Opulenz und Luxus, die Musicals symbolisierten, auszudrücken.¹¹³ Anders als bei zeitgenössischen Filmen, wenn die Kostümdesigner auf die aktuelle Trends achten müssen, damit ihre Kostüme nicht altmodisch wirken, wenn der Film endlich veröffentlicht wird, bei einem Kostümdrama haben die Kostümdesigner freie Hände. Für Kostümdrama werden historische Kostüme entworfen. Wichtig ist aber auf die Zeit zu achten, in der sich der Film abspielt und versuchen am höchsten akkurat zu bleiben. Die Kostüme im Film spielen „eine zentrale Rolle, im doppelten Sinn: über sie lernen wir nicht nur die Handlung, den Film und die Figuren kennen, sondern ebenso die Zeit, in der die Handlung spielt.“¹¹⁴ Bei dem

¹¹² Berry, Sarah: Screen Style. Fashion and Femininity in 1930s Hollywood. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2000, S. 49

¹¹³ Vgl. Berry, Sarah: Screen Style. Fashion and Femininity in 1930s Hollywood. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2000, S. 48f

¹¹⁴ Devoucoux, Daniel: Mode im Film. Zur Kulturanthropologie zweier Medien. Bielefeld : transcript Verlag, 2007, S. 15

Kostümdrama ist es noch wichtiger als bei einem gegenwärtigen Film. Die Aufgabe des Kostümdramas ist den Zuschauer nicht nur mit der Geschichte, sondern auch mit den Kostümen zu beeindrucken. Diese spielen hier eine zentrale Rolle. Die Kostüme des Kostümdramas forderten ein höheres Budget, wo der Statut des Stars ausgenutzt wird. Da Stars mehr Zuschauer ins Kino anziehen konnten, wurden sie gerne für die Rollen im Kostümdrama eingesetzt.

„Costume dramas were frequently used as star vehicles, with historical and „prestige“ pictures functioning as showcases for the top tier of female stars who could easily carry high-budget films on their own, particularly if costumes were emphasized.“¹¹⁵

Auch wenn das Kostüm im Film Aufmerksamkeit nicht an sich anziehen soll, im Kostümdrama dient es als ein visuelles Element, das zentral für die Handlung ist. Historisches Kostüm ist oft weniger naturalistisch und mehr metaphorisch als das Kostüm von Filmen mit zeitgenössischen Szenerie. Kostüm als ein dramatische Mittel wird im Kostümdrama oft verwendet. Wenn zum Beispiel Bette Davis in *Jezebel* (1938) zum traditionellen Ball in einem roten Kleid erscheint (Abb. 11), obwohl die Tradition sagt, dass Frauen für diese Gelegenheiten weißes Kleid tragen sollen, oder wenn Greta Garbo ihre männliche Kleidung für ein Krönungskleid in *Queen Christina* (1933) ersetzt. Ein wichtiges und beeinflussendes Kostümdrama ist auch der Film *Gone with the Wind* (1939), wo als wichtiges Moment die Transformation Vivien Leigh von einem Mädchen im grünen Kleid in die Frau, die das Samtkleid, das aus Vorhängen genäht wird, trägt. (Abb. 12) Die historischen Kostüme verwenden oft Details, die Charakterigenschaften symbolisieren sollen.¹¹⁶ In dem Film *Juarez* (1939) wollte der Kostümdesigner Orry-Kelly den wachsenden Wahnsinn der Hauptfigur Bette Davis unterstreichen. Bei der Gestaltung ihrer Kleidung verwendete er visuelle Psychologie. Für ihre erste Szene hat er ein weißes Kleid entworfen. Wenn die Handlung fortschreitet, ändert sich die Farbe der Kleider von weiß bis grau.

¹¹⁵ Berry, Sarah: Screen Style. Fashion and Femininity in 1930s Hollywood. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2000, S. 51

¹¹⁶ Vgl. Berry, Sarah: Screen Style. Fashion and Femininity in 1930s Hollywood. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2000, S. 52f

Schließlich, als Carlotta, die Hauptfigur, völlig verrückt ist, ist sie in schwarzem Kleid zu sehen.¹¹⁷ (Abb. 13)

Die Transformation der Charaktere im Film kann mit Kostüm unterstützt werden. Die Änderung, wenn Stars Kleider tragen, die unerwartet oder ganz verschieden aussehen, symbolisiert meistens die Transformation. Diese Transformation war sehr bedeutend für die Zuschauerinnen, die ins Kino gekommen sind, um da träumen zu können, von ihrem Leben flüchten zu versuchen und kurz das Leben einer anderen Person zu leben.

„The centrality of costume in historical films led many designers to abandon historical accuracy for expressive value, and fashion trends in the 1930s were, suprisingly, more directly influenced by historical dramas than by films with modern settings.“¹¹⁸

Auch wenn bei diesem Filmen auf die Vergangenheit und die damalige Trends geachtet sein musste, der Ausdruckswert war im Vordergrund. Hollywood wurde bewußt, welchen Einfluss diese Filme haben konnten und wollten vorallem die ZuschauerInnen beeindrucken. Der Endeffekt war wichtiger als genaue historische Darstellung.

5.1 Frühes Filmkostüm

In den frühen Jahren des Films stützten sich die Filmemacher auf die Akteure, die ihre eigenen Kostüme beschaffen mussten. Oft trugen sie ihre eigene Kleidung, da es noch damals keine Kostümabteilung gab. Im Filmgeschäft gab es bereits eine Hierarchie – Produzenten, Regisseure, Szenaristen und SchauspielerInnen hatten alle ihre Funktionen definiert, die SchauspielerInnen mussten sich immer noch um ihre eigenen Kostüme kümmern.

In den „zeitgenössischen Filmen“ der Stummfilm Ära von dem Anfang des 20. Jahrhunderts mussten die Schauspieler und Schauspielerinnen ihre eigene Kleidung tragen, oder sie sollten die Filmkostüme machen oder kaufen. Nur wenn ein Stück, der in einer anderen Ära spielte, gedreht wurde oder die

¹¹⁷ Vgl. Nadoolman Landis, Deborah: Dressed: A Century of Hollywood Costume Design. New York : HarperCollins Publishers, 2007, S. 132

¹¹⁸ Berry, Sarah: Screen Style. Fashion and Femininity in 1930s Hollywood. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2000, S. 53

SchauspielerInnen Uniformen brauchten, wurden diese von einem Theaterhaus geliehen.

Vom Anfang der Geschichte des Films erkannten die Filmschaffenden, wie wichtig die Kostüme für das Filmgeschäft waren, vor allem diejenigen der Hauptdarstellerinnen und das alles noch bevor es eine eigentliche Kostümabteilung gab.

„In the late 1920s, the industry estimated that between three quarters and four fifths of its audience were woman.“¹¹⁹ Frauen wollten das besitzen, was sie auf der Leinwand gesehen haben, sie wollten den Stil der Charaktere nachahmen, weil sie sich mit ihnen und ihren Geschichten identifizierten. Früher konnte eine durchschnittliche Frau die Mode, die getragen wurde, in Zeitungen oder Zeitschriften studieren. Doch Film gab der Frau eine neue Möglichkeit sich die aktuellen Trends und Kleider anzuschauen und sogar zu sehen, wie die Kleider auf einer Figur wirken, wenn sich diese bewegt, wo man die Kleider tragen kann oder welche gesellschaftliche Schichte welche Kleider bevorzugt. Die Filmkostüme stellten ganz neue Möglichkeiten vor. Was in dem Film getragen wurde, hatte Einfluss auf die damalige Mode und Frauen auf der ganzen Welt wollten es nachahmen. Priorität wurde auf die Kostüme, die im Film verwendet wurden und die ein Teil des Charakters bilden, zugelegt. Die SchauspielerInnen konnten nicht mehr ihre eigene Kleidung benutzen. Eine spezielle Kostümabteilung war deshalb nötig.

„Ende der 20er konnte jedes Studio von Rang – selbstverständlich – eine eigene Kostümabteilung (costume department) mit einem festen Stab von geschmackssicheren Entwerfern, Hutmachern, Schneidern und Näherinnen vorweisen. Die letzte Lücke in der Profi-Ausstattung eines Filmstabs war geschlossen.“¹²⁰

Die Identifikation mit den Charakteren war ein Teil des Hollywood Prozess wie man mehr Zuschauer ins Kino bringen und mehr potenzielle Kinobesucher ansprechen kann. „The creation of specialized movie costume departments may

¹¹⁹ Maltby, Richard/Craven, Ian: Hollywood cinema : an introduction. Oxford : Blackwell Publ., 1995, S. 10

¹²⁰ Berg, Angelika / Regine Engelmeier: Design oder Nichtsein. Kostümbildner und Couturiers in Hollywoods großen Tagen. In: Engelmeier, Regine [Hrsg.] / Peter W. Engelmeier: Film und Mode, Mode im Film. München : Prestel, 1990, S. 18

be credited to D. W. Griffith, whose employment of film designers was just one of his many innovations in moviemaking.“¹²¹ So haben auch die Kostüme an Wichtigkeit gewonnen. Kostümdesigner gehörten so zu dem Team der Menschen, die sich an der Produktion eines Filmes beteiligten. Sie mussten in der Lage sein, die Persönlichkeit, Charaktere und Emotionen durch das Kostüm zum Ausdruck zu bringen, wenn sie aufgenommen werden und das Publikum auf diese Art beeinflussen wollten.

In den 1920er gehörte eine Kostümabteilung schon zu der Ausstattung eines Filmstudios. Jeder Schauspieler hat für seinen Charakter Kostüm bekommen, doch schon damals gab es einige Stars, für derer Kostüme viel Geld ausgegeben wurde, weil sie den Star Status hatten und den Film sowie das Studio gut repräsentieren sollten. Vor allem für die Schauspielerinnen, die die Hauptcharaktere spielten, wurden immer neue teurere Kostüme entworfen. Auch wenn dann die Kostümdesigner ermutigt wurden, um die Kostüme so oft wie möglich wiederzuverwenden, besitzte z. B. das Paramount Studio in der 1920er schon mehr als 50 000 Kostüme aus jeder Ära und jedem Land.¹²²

Für die Charaktere im Film werden bestimmte Kostüme entworfen. In der frühen Geschichte des Films wurden neue Filme jede Woche gedreht. Für den Kostümdesigner war wichtig das Drehbuch gut zu kennen. Man musste sich entscheiden, wie viele Kostüme für jede Szene gebraucht werden. Dann wurde die Art und genaue Anzahl der Kostüme für jeden Charakter für den ganzen Film entschieden. Die Aufgabe des Designers war dann die Kostüme zu skizzieren und auf die Abstimmung des Regisseurs zu warten. Passende Materialien und Farben wurden dann für die abgestimmte Kostüme gesucht. Bei einem schwarzweißen Film musste man besonders auf die Farben achten, weil sich die Farbschattierung auf der Leinwand ganz anders als in Wirklichkeit ergibt. Wichtig war auch den Fakt zu berücksichtigen, dass die Kostüme live ganz anders als auf der Leinwand aussehen. Jedes Material schaut unter dem Licht und aus jedem Kamerawinkel anders. Verschiedene Kostüme und ihre Stoffe schafften auch verschiedene Emotionen.

¹²¹ Nadoolman Landis, Deborah: Dressed: A Century of Hollywood Costume Design. New York : HarperCollins Publishers, 2007, S. 4

¹²² Vgl. Nadoolman Landis, Deborah: Dressed: A Century of Hollywood Costume Design. New York : HarperCollins Publishers, 2007, S. 30

„Im Film wirken die Kostüme anhand und inmitten anderer filmischer Mittel und Motive. Die bloße Benennung oder Beschreibung der Kostüme und Kleidungsstücke reicht nicht aus, sondern es geht vielmehr darum, zu demonstrieren, wie diese als filmische Mittel in Verbindung mit anderen funktionieren, z. B. bei einer Kamerafahrt oder einem Zoom.“¹²³

Die passende Kostüme für jeden Film zu finden war deshalb keine einfache Aufgabe und so wurde präzise vorgegangen. Nicht nur die Charaktere im Film und ihre Persönlichkeit werden berücksichtigt, man muss auch immer daran denken, wie die Kostüme im Endeffekt auf der Leinwand aussehen werden.

Die Kostümabteilung hat an Bedeutung gewonnen und die Kostümdesigner wurden für den Film fast so wichtig wie die SchauspielerInnen selbst. In ihrem Artikel „Dressing the Movies“ für die Zeitschrift *Women's Home Companion* beobachtete Miss Walker:

„The motion pictures have opened up a most fascinating field for the man, woman, or girl who is clever at designing and making clothes, particularly if she is able to express personality, character, and emotions through clothes. Almost any producer of motion pictures can secure the services of a tailor whose lines are admirable, of a milliner whose hats are ravishing, or a draper who can hide defects and emphasize slimness, but they are all watching keenly for the worker in the shop who adds to any of these gifts the ability to express human emotions in terms of clothes.“¹²⁴

Die Kostüme im Film müssen nicht nur der Ära und Handlung entsprechen, wichtig war vor allem, dass diese die Emotionen und Persönlichkeit der Charaktere ausdrücken können. Es war nicht nur der Schauspieler, der sich mit seinem Charakter identifizieren musste – genau die selbe Aufgabe hat auch der Kostümdesigner. Er muss die Persönlichkeit des Charakters analysieren, damit er mit dem Charakter vertraut ist und sich leicht entscheiden kann, was der Charakter tragen würde.

Die Rolle des Kostüms wurde hauptsächlich in der Stummfilmära aufgewiesen. Kostüme ausgenommen, die Filmemacher hatten nur die Schauspielkunst der Schauspieler zur Verfügung um ein Film in Kunst zu verwandeln. Zusammen mit Gestik und Mimik waren die Kostüme die einzige brauchbare Mittel, die mehr über

¹²³ Devoucoux, Daniel: Mode im Film. Zur Kulturanthropologie zweier Medien. Bielefeld : transcript Verlag, 2007, S. 26

¹²⁴ Vgl. Nadoolman Landis, Deborah: Dressed: A Century of Hollywood Costume Design. New York : HarperCollins Publishers, 2007, S. 29

die Persönlichkeit des Charakters, seine Emotionen und Intentionen, verraten konnten. Mit dem Tonfilm haben die Kostümdesigner auch zusätzliche Probleme gewonnen – man musste auf einmal auf alle die kleinen Geräusche, die der Kleidstoff, Schmuck und Absätze machen, achten.

Der Ton war aber nicht die einzige Wandlung, die der Film begegnete. Die Gestik und übertriebene Kostüme brauchte man dank dem Ton nicht mehr, im Gegenteil, die Kostüme mussten mehr realistisch aussehen. Adrian, Kostümdesigner der MGM Studio meinte: „With the entrance of the human voice, actresses suddenly became human beings... Everything had to be more real...The clothes took on genuine character.“¹²⁵

Nach dem Tonfilm dominierte in den 1940er Jahren dank Technicolor die Farbe. Mit Farbe haben Kostümdesigner, ähnlich wie beim Antritt des Tons, neue Aufgaben bekommen. Sie mussten sich für genaue Farbe, Material und Design des Kostüms entscheiden. Außerdem war wichtig zu untersuchen, wie die Studioleuchten auf diese Faktoren reagieren. Die Farben auf der Leinwand wurden nicht mehr nur schwarz, weiß und grau ausgesehen und die Kostümdesigner mussten es in ihrer Arbeit berücksichtigen.

Die Farben im Film zu zeigen stellte für einige, wie Alfred Hitchcock, sogar eine Art Phobie dar. Er hatte Angst markante Farben für Kostüme in seinen Filmen zu benutzen, weil er glaubte, dass solche von einer wichtigen Aktion in Szene ablenken könnten.¹²⁶ Auf der anderen Seite aber, die Kostümdesigner wie zum Beispiel Edith Head, lernten die Farbe zu ihrem Vorteil zu nutzen, da Farben bei der Festlegung des Charakters helfen.¹²⁷ Farbe ist das erste Element, das man bei einem Kostüm merkt. Farbe kann den Charakter vorhersagen – weiß steht für Unschuld, helle Pastellfarben indizieren einen romantischen Charakter.

Kostüme waren für die Filmbranche nötig – nicht nur für den Film und seine Handlung, sondern vor allem für die ZuschauerInnen. „Designers soon realized

¹²⁵ Vgl. Nadoolman Landis, Deborah: Dressed: A Century of Hollywood Costume Design. New York : HarperCollins Publishers, 2007, S. 72

¹²⁶ Vgl. Nadoolman Landis, Deborah: Dressed: A Century of Hollywood Costume Design. New York : HarperCollins Publishers, 2007, S. 139

¹²⁷ Ebda, S. 139

that their work was having a direct effect on fashion outside the theater. What women saw on the screen, they wanted in their closet.“¹²⁸

Es waren also vor allem die Frauen, die die Kostüme merken sollten und die die Kostüme auch gemerkt haben. Die Zuschauerinnen, die die Kostüme bewunderten und den Stil nachahmen wollten, wurden so zu einem eventuellen Kunden des Hollywood Produktes. „Hollywood’s most profound significance lies in its ability to turn pleasure into a product we can buy.“¹²⁹

Frauen bewunderten die Schauspielerinnen und die Kostüme, die im Film getragen wurden. Hollywood verkaufte seine Stars als Ikonen der weiblichen Attraktivität, denen Schönheit durch den Kauf bestimmter Waren repliziert sein könnte. Wenn man einen ähnlichen Stil wie der Star hatte, bedeutet es gleichzeitig, dass man einem Star ähnlich ist. So wurden die Stars zu Modeikonen. Die Stars, die Rollen, die sie gespielt haben, die Charaktere, die sie darstellten, die Kostüme, die sie getragen haben – das alles hat geholfen, um die Identität der Frauen der damaligen Zeit zu beeinflussen. „Film stars, representing cultural ideals of feminine beauty and charm, played a key role in these processes of identity formation.“¹³⁰ Frauen brauchten ein Vorbild, zu dem sie aufschauen konnten, jemand der ihnen helfen wird, ihr Leben zu planen. Vorbilder waren nötig um den Charakter zu entwickeln und die Stars mit ihren Kostümen spielten hier eine wesentliche Rolle. Stars mit ihren Kostümen konnten Frauen beeinflussen, doch es waren die Kostümdesigner, die die Kostüme erschaffen haben und Linien vorgaben, Trends setzten.

5.2 Kostümdesigner

„Ein Film wird wesentlich vom Kostümbildner geprägt. Denn er entscheidet über das optische Erscheinungsbild jeder einzelnen Figur.“¹³¹

Die Rolle der Kostümdesigner in der Goldenen Zeit des Hollywood Films war so wichtig wie die Rolle der Stars. Viele der Stars wurden zu Modeikonen dank der

¹²⁸ Ebda, S. 33

¹²⁹ Ebda, S. 20

¹³⁰ Stacey, Jackie: Star Gazing. Hollywood Cinema and female spectatorship. London : Routledge, 1994, S. 197

¹³¹ Hepburn, Audrey: Kostüme machen Schauspieler. Ein persönliches Bekenntnis. In: Engelmeier, Regine [Hrsg.] / Peter W. Engelmeier: Film und Mode, Mode im Film. München : Prestel, 1990, S. 9

Kostüme, die sie trugen. Die Kostüme haben die Kostümdesigner entworfen, die in der Zeit der frühen Hollywood Ära ihren Ruhm gleicherweise empfunden haben wie die Schauspieler. Das Studio System forderte, dass dasselbe Personal in den Filmen arbeite, damit die Filme einer ähnlichen Struktur entsprechen. Deshalb hat jedes größeres Studio einen Vertrag mit einem Kostümdesigner unterschrieben, der dann für das konkrete Studio Kostüme entworfen hat. MGM hatte Adrian und später Irene Sharaff beschäftigt, Edith Head arbeitete für Paramount, Orry-Kelly arbeitete für Warner Bros., die Kostümdesigner für Columbia waren Robert Kalloch und später Jean Louis, und in 20th Century-Fox war der Kostümdesigner höchstwahrscheinlich Charles LeMaire, auch wenn Fox nie wirklich mit einem Kostümdesigner verbunden wurde. Edward Stevenson arbeitete für RKO. Andere Studios hatten keine Kostümdesigner, weil sie es sich nicht leisten konnten. Ihre SchauspielerInnen trugen meistens eigene Kleidung oder es wurden ihre Kostüme, vor allem für die Filme der B-Kategorie, von den älteren Filmen verliehen. Für die Schauspielerinnen wurden Kleider manchmal in lokalen Geschäften gekauft. Nur die Kostümdesigner der größeren Studios kreierten Kleider, die die Gesellschaft beeinflussen konnten.¹³² Wenn man sich keinen Kostümdesigner oder neue Kostüme leisten konnte, musste man mit benutzter gebrauchter arbeiten.

“Die relative Seltenheit der Filmostüme in Museen erklärt sich dadurch, dass sie nach ihrem Gebrauch weiter verliehen werden oder zurück in die Werkstatt wandern, um in veränderter Fassung für andere Filme oder Theaterstücke zur Verfügung zu stehen.”¹³³

Der Kostümdesigner musste mit dem Skript arbeiten, um die Ereignisse im Film genau zu kennen, die Figuren und ihre Handlungen zu verstehen und mit Hilfe des Kostüms ihre Persönlichkeit auszudrücken. Die Arbeit des Kostümdesigners war

“in den Dienst eines Filmskripts, des Charakters der Rolle und der Persönlichkeit, die sie darstellt. Er kennt den fiktiven und den lebendigen

¹³² Vgl. Davis, Ronald L.: The Glamour Factory : inside Hollywood's big studio system. Dallas, Texas : Southern Methodist Univ. Press, 1993, S.214-223

¹³³ Devoucoux, Daniel: Mode im Film. Zur Kulturanthropologie zweier Medien. Bielefeld : transcript Verlag, 2007, S. 10

Menschen, der seine Kleider letztlich tragen wird, von vornherein genau. Seine Aufgabe besteht darin, die adäquate Textilhülle zu suchen und zu finden.“¹³⁴

Der Hauptkostümdesigner war meistens für die Kostüme der Schauspielerin, die die Hauptrolle spielte, verantwortlich. Dann gab es Kostümdesigner, die für die Rolle der anderen weiblichen Rollen verantwortlich waren und ein anderer Kostümdesigner besorgte die Kostüme für Herren, auch wenn die männliche Rollen noch nicht solchen Wert hatten als die Kostüme für die weibliche Rollen. Männer mussten oft ihre eigene Kleidung und Anzüge bereit stellen.

Dieses System änderte sich aber als in der 1940er Jahre Irene Sharaff in MGM kam. Sie führte einen radikalen Wandel in der Stellung des Studios zum Kostümdesign ein. Bisher wurde kaum auf die Integration der Kostüme der Stars mit dem Kollektiv geachtet und es gab wenig Interesse für den Zusammenhang zwischen den einzelnen Szenen und der Produktion in ihr Gesamtheit. Kein Designer wurde für einen ganzen Film beauftragt und für die endgültige Ergebnisse verantwortlich gemacht.¹³⁵

Im Hollywood war es aber wichtig zwei Sachen zu unterscheiden – beim Film geht es um Kostümdesign, nicht um Mode zu entwerfen. Es passiert natürlich, dass die Kostüme, die für den Film entworfenen wurden, einen Trend in der Mode setzten. Die Hauptaufgabe des Filmkostüms ist es aber nicht. Das Filmkostüm soll vor allem der Filmdramaturgie dienen, die Emotionen und den Status der Figur widerspiegeln. Um diese Bedingungen zu erfüllen muss der Kostümdesigner nicht gleichzeitig auch ein Modezeichner sein. Wie auch die Philosophie einer der erfolgreichsten Kostümdesignerin für Film, Edith Head, verrät: „I do not consider a motion picture costume designer necessarily a fashion creator because we do what the script tells us to do.“¹³⁶ Im Gegenteil - zum Beispiel die Zusammenarbeit mit der wichtigen Modezeichnerin Coco Chanel bestätigt diesen Faktor. Ihre

¹³⁴ Berg, Angelika / Regine Engelmeier: Design oder Nichtsein. Kostümbildner und Couturiers in Hollywoods großen Tagen. In: Engelmeier, Regine [Hrsg.] / Peter W. Engelmeier: Film und Mode, Mode im Film. München : Prestel, 1990, S. 20

¹³⁵ Vgl. Nadoolman Landis, Deborah: Dressed: A Century of Hollywood Costume Design. New York : HarperCollins Publishers, 2007, S. 139

¹³⁶ Nadoolman Landis, Deborah: Dressed: A Century of Hollywood Costume Design. New York : HarperCollins Publishers, 2007, S. 75

Kostüme für die Schauspielerin Gloria Swanson für den Film *Tonight or Never* aus dem Jahr 1931 waren ein Flop.

„Zwischen den Entwurfsphase und dem Erscheinen des Films in den Kinos lag eine lange Zeitspanne. Inzwischen war eine neue, akzentuierte Silhouette in Mode, längere Röcke gehörten dazu. Madame Chanel hatte zu unflexibel an ihren Modellen aus den späten 20er Jahren festgehalten.“¹³⁷

Bei dem Entwerfen der Kostüme für einen Film muss man teilweise eigenen Geschmack und Stil vergessen. Man muss sich genau auf den Filmcharakter konzentrieren, damit das Kostüm seine Aufgabe erfüllen kann. Wichtig ist dabei auch an die Wirkung für die Zuschauerinnen und die Gesellschaft zu denken. Auch wenn das Kostüm höchst professionell wirken kann, wenn es altmodisch aussieht und damit die Zuschauerinnen nicht beeindrucken kann, kann es dem gesamten Film schaden. Die Kostüme beeinflussen die Gesellschaft und wenn die unmodern wirken, hat das Filmkostüm seine Wichtigkeit verloren. Der Kostümdesigner musste bei dem Entwurf nicht nur die aktuellen Trends beachten, man musste auch an die zukünftigen Modetrends denken, zuviel zu experimentieren konnte auch schaden.

„Designer would have to create costumes six to eight months in advance of a film's release. In order for these designs to be neither out of date nor too *avant-garde*, the designer would compromise with styles that looked contemporary but added a novel twist.“¹³⁸

In der frühen Zeit des Hollywood Films hatten die Kostüme eine Wirkung auf die ZuschauerInnen, die mit jedem neuen Film auch innovative Kostüme und einen neuen Stil erwarteten. Die Kostüme hatten eine besondere Macht, sie konnten dem Film zum Erfolg verhelfen, doch sie konnten auch schaden. Die ZuschauerInnen träumten über ein neues Leben, das die altmodisch wirkenden Kostüme kaum garantieren konnten, im Gegenteil symbolisierten unmodern wirkende Kostüme das alte Leben vor dem viele ZuschauerInnen zu flüchten versuchten. Um negativen Effekt zu verhindern, arbeiteten die wichtigsten Studios,

¹³⁷ Berg, Angelika / Regine Engelmeier: Design oder Nichtsein. Kostümbildner und Couturiers in Hollywoods großen Tagen. In: Engelmeier, Regine [Hrsg.] / Peter W. Engelmeier: Film und Mode, Mode im Film. München : Prestel, 1990, S. 20

¹³⁸ Herzog, Charlotte/Gaines, Jane: „‘Puffed Sleeves before Tea Time’: Joan Crawford, Adrian and Women Audiences,“. In: Gledhill, Christine (Hg.): Stardom: Industry of Desire. London [u.a.] : Routledge, 1991, S. 81

deren Filme den gewünschten Einfluss nachweisen konnten, mit dem besten Kostümdesigner der Zeit zusammen.

Um Kostüme für die Filme in Hollywood entwerfen zu können, mussten die Kostümdesigner einen Vertrag mit den Studios unterschreiben. Dann konnten sie für die Schauspieler der Filme des gewissen Studios Kostüme entwerfen. Nach dem Zweiten Weltkrieg hat aber auch das Studio System geendet. Studios mussten also jeden Film einzeln produzieren und vertreiben. Für die Kostümdesigner gab es keine mehrjährige Verträge und regelmäßiges Einkommen mehr. Jeder war für sich selbst verantwortlich. Auch wenn die Kostümdesigner die Sicherheit des Vertrags mit dem Studio verloren haben, konnten sie bei verschiedenen Projekten mit verschiedenen Filmemacher arbeiten.

5.2.1 **Costume Designer Guild**

Nach dem Ende des Studio Systems, wenn die Kostümdesigner mit dem Studio nicht mehr mit einem Vertrag gebunden waren und unabhängig arbeiten konnten, bildeten 30 Kostümdesigner, die für den Film arbeiteten, im Jahr 1953 die „Costume Designers Guild“.¹³⁹

„The Costume Designer Guild aspires to raise the stature of the Costume Design profession within the entertainment community commensurate with the incalculable contribution Costume Designers make to each motion picture, television, or commercial, illuminating the characters with accuracy and integrity, thereby enhancing the story.“¹⁴⁰

Die Idee der „Costume Designer Guild“ war Kostümdesigner zu versammeln und sich zusammen zu organisieren, für den Beruf des Kostümdesigners einen entsprechenden Respekt und Status zu gewinnen. Kostümdesigner verwandeln das Drehbuch in Bilder, sie tragen dazu bei, glaubhafte Charaktere zu erstellen und ermöglichen, die ganze Geschichte schlüssig zu erzählen. Kostümdesigner schaffen das Aussehen des Filmcharakters, wofür sie recherchieren müssen und

¹³⁹ Vgl. o. A. <http://costumedesignersguild.com/about-cdg/overview-history/>, Zugriff: 05.05.2012

¹⁴⁰ Vgl. o. A. <http://costumedesignersguild.com/about-cdg/overview-history/>, Zugriff: 05.05.2012

eine detaillierte Forschung führen. Ihre Kostüme inspirieren oft die Trends in der Mode auf der ganzen Welt.

5.3 Oscar

Auch wenn die Academy Award, Oscar, schon im Jahr 1927 erfunden war und alle wichtige Studios eine eigene Kostümabteilung schon seit der 1920er hatten, bekamen die Filmkostüme ihren Preis nicht früher als am Ende der 1940er. Viele wichtige Kostüme, die die Ära und Gesellschaft beeinflusst haben, wurden nicht belohnt.

„Costume-design awards (for black-and-white and colour) were belatedly introduced in 1948 – too late to honour many of those talented costumiers of the 1930s who had flourished when the worldwide influence of Hollywood fashion was at its peak.“¹⁴¹

Oscar wurde nur den wichtigsten Kategorien, wie der beste Regisseur, Film oder Schauspieler oder Schauspielerin, verliehen. Wenn die Kostüme, die im Film gezeigt wurden, auch eine eigene Oscar Kategorie bekamen, bestätigte es die Ernsthaftigkeit und die Bedeutung, die diese Kostüme auch im wirklichen Leben hatten. Es waren auch die Kostüme, die die Zuschauer, aber vor allem Zuschauerinnen, ins Kino gebracht haben. Nicht nur bildeten sie den Inhalt des Filmes und halfen, die Charaktere zu zeigen, die Kostüme hatten auch einen großen Einfluss auf das Alltagsleben der ZuschauerInnen.

„Seit 1948 – erst – gibt es den „Oscar“ für Kostümdesign, eine lausig späte Anerkennung für eine Disziplin, die längst zuvor schon mit dazu beitrug, dass Millionen von Menschen auf der Welt Freude an Betrachtung der handelnden Figuren in den Produkten der Filmindustrie hatten.“¹⁴²

Die goldene Ära des Kostüms war vor allem in der 30er und 40er Jahren, wenn die Gesellschaft eine Unterstützung in der schweren Zeit des Kriegs und der Wirtschaftskrise brauchte. Auch diese Ereignisse hat das Filmkostüm beeinflusst.

¹⁴¹ Finler, Joel W.: The Hollywood story. London [u.a.] : Wallflower, 2003, S.77

¹⁴² Berg, Angelika / Regine Engelmeier: Design oder Nichtsein. Kostümbildner und Couturiers in Hollywoods großen Tagen. In: Engelmeier, Regine [Hrsg.] / Peter W. Engelmeier: Film und Mode, Mode im Film. München : Prestel, 1990, S. 19

5.4 Filmkostüm und Gesellschaft

Oft spiegelten die Filme die Situation der damaligen Gesellschaft. Die Ereignisse, die passierten, haben den damaligen Film beeinflusst, genau wie auch der Film, vor allem mit der Hilfe der Kostüme, die Gesellschaft beeinflussen konnte.

„The cinema flourished, and played an increasingly important role, at a time when American society was undergoing many important changes within a generally optimistic economic and political climate.“¹⁴³

Ereignisse, wie der Erste oder Zweite Weltkrieg oder die Weltwirtschaftskrise, erschwerten die gesellschaftliche Situation. Für den Film war es eine Möglichkeit seine Position zu stabilisieren. Natürlich musste sich auch der Film der damaligen Situation anpassen. Diese Zeit bot aber eine Chance für den damaligen Film seine Position festzumachen, weil Zuschauer meistens im Film eine andere Realität und eine Traumwelt gesucht haben. Film war eine Möglichkeit der Flucht. In der Zeit der Kriege wurde eine Fluchtmöglichkeit und Erholung erwünscht. Auf der anderen Seite haben aber auch diese Ereignisse nicht nur die Gesellschaft selbst, sondern auch den Film beeinflusst. Die Wirtschaftskrise und Weltkriege, sowie auch die Zensur der Hays Code, spiegelten sich in den Filmen und ihren Produktionen. Ob es sich um die Verwendung des Materials, die Geschichte des Films oder Charaktere der Schauspieler handelte, haben sich Film und Gesellschaft gegenseitig beeinflusst.

Die Kleidung im Film wird anders als im realen Leben begriffen. Die Kleider im Film haben noch einen „Zusatz des Traumes“, der sie von der realen Mode unterscheidet.¹⁴⁴ „Der Film der dreißiger, vierziger und fünfziger Jahre war nicht Vermittler von Realität, sondern von Tagträumen.“¹⁴⁵

5.4.1 Die Weltkriege

Der erste Weltkrieg hat sicherlich der amerikanischen Filmindustrie geholfen. Am Anfang des 20. Jahrhunderts waren es die europäischen Filme, die für den

¹⁴³ Finler, Joel W.: The Hollywood story. London [u.a.] : Wallflower, 2003, S.13

¹⁴⁴ Vgl. Devoucoux, Daniel: Mode im Film. Zur Kulturanthropologie zweier Medien. Bielefeld : transcript Verlag, 2007, S. 31

¹⁴⁵ Ponkie, Der Mensch ist, was er anhat...besonders in Hollywood. In: Engelmeier, Regine [Hrsg.] / Peter W. Engelmeier: Film und Mode, Mode im Film. München : Prestel, 1990, S. 26

Weltmarkt bedeutsam waren und exportiert wurden. Doch mit dem Weltkrieg änderte sich diese Position.

„Als die europäische Filmproduktion aufgrund des Krieges aus dem Tritt geriet, füllten US-amerikanische Produktionen die entstandenen Lücken.“¹⁴⁶ Europäische Länder hatte keine Zeit Filme zu produzieren und Hollywood hat es genutzt. Hollywood hat seinen Platz auf dem Weltmarkt gefunden, produzierte, kontrollierte Inlandsmarkt und exportierte Filme ins Ausland.

„Deckte der Inlandsvertrieb die Kosten für die Produktion, so brachten erst die Exporterlöse Gewinn. Allerdings mussten die exportierten Filme an Geschmack und Vorlieben der Aufführungsregion angepasst werden, was oftmals durch die Besetzung von Hauptrollen mit international anerkannten Stars erfolgte.“¹⁴⁷

Schon am Anfange der Hollywood Filmproduktion wurde verstanden, dass die Stars Produkte verkaufen können. Das betrifft nicht nur den Film selbst, sondern auch die Kleidung und Kostüme, die die SchauspielerInnen an haben.

Der Zeit nach dem Ersten Weltkrieg hat aber für Frauen eine neue Ära gebracht, endlich konnten sie ihre soziale Freiheit genießen.

„During the war women had been drafted in to fill labour gaps created by mobilisation, and after 1919 showed no inclination to abandon their new professions. In the 1920s women became trappers, cab drivers, pilots and steeplejacks as well as secretaries and waitresses. Much the most sensational aspect of this change was the increase in sexual experience of unmarried women. New forms of processed food, the appearance of domestic labour-saving devices and the rise in telephone and mail order shopping all helped to release women from their traditional house-bound drudgery.“¹⁴⁸

Die Kleidung für Frauen war früher mit einer Vielzahl von Detail erhältlich, es waren aber kaum verschiedene Kategorien der Kleidung verfügbar. Wenn sich aber nach dem Ersten Weltkrieg die Aktivitäten der Frauen radikal geändert haben, eine Varietät von Kleidung wurde entwickelt, um auch die neue Aktivität der Frauen zu befriedigen. Die Zeit nach dem Ersten Weltkrieg war ein positiver Zeitraum für die Frauen, die neue Möglichkeiten bekommen haben, die sie bis dahin kaum vorstellen konnten. In der Zeit des Ersten Weltkrieges waren Kostüme noch gar nicht so bedeutend wie in der späteren Ära, Hollywood und die dortige

¹⁴⁶ Röwekamp, Burkhard: Hollywood. Köln : DuMont, 2003, S.23

¹⁴⁷ Ebda, S. 24

¹⁴⁸ Shindler, Colin: Hollywood in Crisis. Cinema and American Society 1929 – 1939. London : Routledge, 1996, S. 97

Filmgesellschaften waren nur am Anfang. In dieser Zeit mussten die Filmschauspieler oft ihre eigenen Kleider tragen, da es noch keine Kostümabteilung gab, weil diese erst später erfunden wurde. Der Einfluss der im Hollywood gemachten Filme auf die Gesellschaft in der Zeit des Ersten Weltkrieges wurde nicht so signifikant wie der Einfluss während des Zweiten Weltkrieges. Hollywood hatte schon eine gewisse Position, Kinobesuche gehörten zu einer der beliebtesten Aktivitäten. In der Zeit des Zweiten Weltkrieges mussten aber alle Kostüme ohne Bänder, Rüschen und anderen Dekorationen zurecht kommen. Für die Kriegszeit musste man Mittel sparen und luxuriösen Stoff vom Ausland zu importieren war unmöglich. Die Seidenware wurde mit Baumwolle ersetzt. Der Grund dafür war nicht nur der Mangel an Seide und dass es genug Baumwolle gab, sondern auch die Bitte der Regierung.

„The government even enlisted Hollywood’s help in convincing citizens to conserve fabric, and especially silk (which was needed for parachutes): In a promotional message early in the war, Edith Head counseled that „All designers are turning to cotton. Silk is ‚out‘ for 1942. Synthetic materials will be used more than ever before, and we are fortunate because they have been perfected to such a degree that it is almost possible to detect that they are not pure fibres.“¹⁴⁹

Der Hollywood hatte damals die Macht und den Einfluss auf die Gesellschaft, dass solche Nachricht ernst genommen wurde und helfen konnte.

Während des Zweiten Weltkrieges gab es eine Notwendigkeit für die Frauen, die traditionelle männliche Position zu übernehmen. Viele der Männer mussten im Krieg kämpfen und es war Zeit für die Frauen, Verantwortung zu übernehmen. Ein Weg die Unabhängigkeit zu zeigen, war den Mode Stil, der gewöhnlich für die Männer reserviert war, anzunehmen. Hose zu tragen war immer mehr populär. Dafür waren Stars wie Marlene Dietrich (Abb. 14) oder Katharine Hepburn (Abb. 15) verantwortlich. Marlene Dietrich war die erste, die den männlichen Stil akzeptierte und wurde oft sogar mit Zigarre oder Spitzenhemd gesehen. Hepburn aber transformierte den Stil so dass er feminin genug für den täglichen Stil der Frauen war.

¹⁴⁹ Nadoolman Landis, Deborah: Dressed: A Century of Hollywood Costume Design. New York : HarperCollins Publishers, 2007, S. 136

In der Zeit des Zweiten Weltkrieges hatten die Schauspielerinnen schon eine gewisse Macht und Einfluss auf die Zuschauerinnen. Ihrer Stil wurde kopiert, da es für die Frauen eine der wenigen Möglichkeiten darstellte, wie man die Zeit des Kriegs überleben kann. Nicht nur waren sie modern wenn sie den Stil einer Star kopierten, sondern sie alleine konnten sich wie ein Star fühlen, was für die damalige psychische Belastung eine große Hilfe war. Einem Star ähnlich zu sein war oft wichtiger als der Sicherheitsfaktor oder ob der Stil praktisch für den Alltag war. Wegen Zuschauerinnen musste sogar die Schauspielerin Veronica Lake ihren Haarstil (Abb. 16) ändern, der als ihr Markenzeichen diente.

„During World War II, in the interests of safety, Veronica Lake was forced to abandon her famous peek-a-boo hair style: large numbers of women working in factories risked catching their copycat hairdos in the machinery.“¹⁵⁰

Während des Krieges haben es die Kostümdesigner geschafft, in der Fragen des Kostümdesigns im Film anspruchslos zu bleiben. Doch nach dem Krieg gabe es schon wieder Pelze, lange Röcke, luxuriöses Material und Gold.

5.4.2 Hays Code

„When a number of scandals in the early 1920s threatened to cause a backlash from local censors and watch committees, with a risk of governmental censorship, a number of industry leaders banded together to form the MPPDA (the Motion Picture Producers and Distributors of America, later known as the MPAA, the Motion Picture Association of America).“¹⁵¹

Die Aufgabe der MPAA war den „The Motion Picture Production Code“ zu kontrollieren. Dieser Code hat von den moralischen Zensur-Richtlinien bestanden. Es bewegte vor allem die Produktion der meisten Hollywood Filmen, die von den wichtigeren Studios von 1930 bis 1968 veröffentlicht wurden. „Former Postmaster-General Will H. Hays was selected to administer a code of self-censorship.“¹⁵² Dank diesen Hauptensor Hollywoods der Zeit wurden die Richtlinien auch „Hays Code“ benannt.

„The overriding purpose of the Hays Office was to stave off state or federal control by forces unsympathetic to the wishes of the movie moguls. The Hays Office acted as a thermostat, by which the American film industry could broach

¹⁵⁰ Finler, Joel W.: The Hollywood story. London [u.a.] : Wallflower, 2003, S.20

¹⁵¹ Finler, Joel W.: The Hollywood story. London [u.a.] : Wallflower, 2003, S.14

¹⁵² Ebda, S. 14

such political, social or sexual themes as would prove commercially successful but which stopped short of provoking punitive reaction by offended external pressure groups.“¹⁵³

Diese Richtlinien bestimmten, welcher Inhalt des Filmes für das Publikum in den USA akzeptabel war und welcher nicht. Das Ziel des Hays Office, die für den Code verantwortlich war, war politische, soziale oder sexuelle Themen moralisch akzeptabel darzustellen. Diese Themen wirkten als kommerziell erfolgreich, doch konnten provozierte Reaktionen hervorrufen. Die Regelungen waren streng, Sprache, Verweise auf Sex, Gewalt und Moral ablagen die Zensur.

Die Richtlinien der Hays Code betrafen auch die Filmkostüme. „Throughout the 1930s, costume designers were obliged to adhere to the puritanical „moral guidelines“ of the Hays Office.“¹⁵⁴ Oft bedeutete es, auf kleine Details zu achten. Zum Beispiel, kurze Hose zu zeigen war in Ordnung, wenn sie mit keiner Spitze dekoriert waren, da solche Hosen als Unterwäsche verstanden werden konnte und somit unakzeptabel waren.

In der Goldenen Zeit der Hollywood Produktion waren Filme unter strengen Zensur. „If any cleavage did make it onto film, the scene would have to be reshot, and the person responsible would be fired. These restrictions, and the censors who policed them, would dog Hollywood designers until 1968.“¹⁵⁵

Diese Einschränkungen haben nicht nur die Filme beeinflusst und modifiziert, auf die Kostüme hatten sie auch eine Wirkung. Nichts, das unmoralisch vorkommen könnte, durfte in den Filmen gezeigt werden, es war aber erlaubt Symbolik zu benutzen, die aber eher lächerlich erschien.

„American movies were forced either to ignore sex or to treat it with the symbolism and sniggering that did little to raise the public’s moral or artistic standards.“¹⁵⁶

¹⁵³ Shindler, Colin: Hollywood in Crisis. Cinema and American Society 1929 – 1939. London : Routledge, 1996, S. 96

¹⁵⁴ Nadoolman Landis, Deborah: Dressed: A Century of Hollywood Costume Design. New York : HarperCollins Publishers, 2007, S. 77

¹⁵⁵ Nadoolman Landis, Deborah: Dressed: A Century of Hollywood Costume Design. New York : HarperCollins Publishers, 2007, S. 182

¹⁵⁶ Shindler, Colin: Hollywood in Crisis. Cinema and American Society 1929 – 1939. London : Routledge, 1996, S. 116

5.4.3 Wirtschaftskrise

Die Weltwirtschaftskrise im 1929 und die folgende „Große Depression“ sind Momente in der Geschichte, die die Gesellschaft beeinflusst haben. „The Depression of 1929-33 succeeded in destroying the self-confidence that had been the hallmark of the country.“¹⁵⁷ Die Vereinigten Staaten, wo der „Amerikanische Traum“ – die Idee, dass jeder Mensch ein erfülltes Leben leben kann – wahr sein konnte, erleideten mit der Weltwirtschaftskrise eine Niederlage. Hollywood und seine Filme waren die einzige Möglichkeit, wie man diese Zeit angenehmer machte und überleben konnte. Nur zwei Jahre früher stellte Hollywood den Film „Jazzsinger“ vor - der erste Film in der Filmära in dem man gesprochenes Wort hören konnte. Die Neuigkeit, die der gesprochene Film darstellte, erlöste Hollywood. Die Wirkung der Weltwirtschaftskrise war nicht so bitter. „The tremendous popularity of the early talkies had cushioned the film industry from the initial impact of the Depression.“¹⁵⁸ Für die ersten Jahre der Depression war es genug, dann aber fand Hollywood den Weg, wie man auch von diesem Ereignis profitieren konnte. Die Filmgesellschaft nutzte die damalige Situation und verwandelte sie in seine Filme im Form von Kostümen und Geschichten. Nach der Weltwirtschaftskrise gab es mehrere Filme, wo es im Zentrum der Geschichte ein junges Mädchen gab, das am Anfang des Filmes arm ist und kaum Vermögen hat, doch bis der Film zum Ende ist, verändert sich der soziale Status der Darstellerin was deutlich mit der Hilfe der Kostüme gezeigt werden kann.

Die Weltwirtschaftskrise hat die folgende Dekade definiert, doch wie Bette Davis beobachtete, bot Hollywood eine luxuriöse Lösung auf die harte Zeiten:

„This was the period when Joan Crawford would start every film as a factory worker who punched the time clock in a simple, black designer dress with white piping (someone's idea of poverty), and ended marrying the boss who now allowed her to deck herself out in tremendous buttons, cuffs and shoes with bows (someone's idea of wealth).“¹⁵⁹

¹⁵⁷ Shindler, Colin: Hollywood in Crisis. Cinema and American Society 1929 – 1939. London : Routledge, 1996, S. 12

¹⁵⁸ Finler, Joel W.: The Hollywood story. London [u.a.] : Wallflower, 2003, S.37

¹⁵⁹ Nadoolman Landis, Deborah: Dressed: A Century of Hollywood Costume Design. New York : HarperCollins Publishers, 2007, S. 77

Während der Zeit der Weltwirtschaftskrise funktionierte der Film für die meistens als eine Quelle der fröhlichen Eskapismus. Die Themen des Realismus und Zynismus der damaligen Zeit wurden oft verwendet. Die Möglichkeit der Realitätsflucht und die Unterhaltung bekräftigten die Moral der Gesellschaft und halfen die Zeit zu überleben. Nicht nur gaben solche Filme der Zuschauerinnen Hoffnung, auch die Kostüme, die in diesen Filmen verwendet wurden, haben eine Antwort angeboten. Es war immer mehr populär, Stars für Marketing zu verwenden. Kostüme, die im Film verwendet wurden, konnten die Zuschauerinnen auch besitzen –oder ähnliche Kleidung der im Film gezeigten.

„It is important to also note the significance of this star glamour on the high street during the Depression years of the 1930s. Ready-to wear lines offered the image of film star glamour but at relatively affordable prices.“¹⁶⁰

Nach der Weltwirtschaftskrise erfüllte der Filmkostüm der Stars noch eine wichtige Rolle. Der Stil aus den Filmen wurde kopiert und in den Cinema Fashion Shops erhältlich. Dank dieser Möglichkeit konnten Frauen exklusiv und gestylt aussehen ohne dass sie viel Geld dafür ausgeben mussten. Wie sonst konnte eine Frau aus der Arbeitsklasse in der Zeit der Depression den Stil des Stars übernehmen? Zwei Faktoren waren während dieser Zeit wichtig.

"First, in general, economic depression has historically encouraged mass-produced fashion sales. In both the twenties and thirties, ready-to-wear added customers from the group of more well-to-do women who were no longer able to afford dressmakers. Second, in American society, clothes are relatively affordable commodities and have therefore served to disguise lack. Even during the depression and the thirties, it was possible for Americans to dress as though their circumstances had not changed."¹⁶¹

Die Weltwirtschaftskrise hat eigentlich den Umsatz der Mode, die massenproduziert wird, angeregt. Frauen, die sich wegen der Depression nicht mehr Schneiderinnen leisten konnten, mussten nach der Kleidung greifen, die in den Geschäften verkauft wurde. Wenn diese Kleidung den Filmkostümen ähnelte und die Frauen so den Stil der Stars der Leinwand kopierten konnten und

¹⁶⁰ McDonald, Paul: The star system : Hollywood's production of popular identities. London [u.a.] : Wallflower, 2005, S. 54

¹⁶¹ Herzog, Charlotte/Gaines, Jane: „Puffed Sleeves before Tea Time‘: Joan Crawford, Adrian and Women Audiences,“. In: Gledhill, Christine (Hg.): Stardom: Industry of Desire. London [u.a.] : Routledge, 1991, S. 84

wenigstens so ihr Niveau behalten konnten, war das der leichteste Weg wie man die Follerscheunungen der Wirtschaftskrise überleben konnte. Auch während der Depression war es möglich sich so zu kleiden, als ob sich die Umstände der Gesellschaft nicht geändert hätten.

Hollywood fuhr mit seinen Filmen und Kostümen weiter seine Rolle einer Traumgesellschaft zu spielen. Die Filme ermöglichten den ZuschauerInnen in den schlechten Zeiten zu träumen und zu glauben, dass sie auch ein besseres Leben erwartet. Diese Idee wurde mit der Hilfe der Kostüme gezeigt. Das Kostüm verrät den sozialen Status, also um ein armes Mädchen, das in der Fabrik arbeiten musste, zu zeigen, wurde ihr ein einfaches Kleid, dass keine Dekorationselemente hatte, angezogen. Damit die Umwandlung später klar ist und alle begreifen, dass ihr Leben geändert wurde und sie jetzt endlich reich ist, die einfachste Art es zu zeigen ist ihr ein anderes Kostüm anzuziehen. Je mehr Verzierungen und Zubehör die Figur trägt, desto reicher erschien sie.

5.4.3.1 *Cinderella Story*

In den 1930er gab es viele Filme, in denen die „Cinderella Story“ das Hauptmotiv spielt. Am Anfang gibt es eine Hauptdarstellerin, die sehr arm ist und zu der Arbeiterklasse gehört, während des Filmes erfolgt aber bei ihr ein Aufstieg in die höhere Gesellschaft.

„When female characters do move from the working class into the upper echelons of society, it can be through a career, through posing as a socialite, or through the intervention of a fairy-godmother-like figure. In almost all cases, the resolution of her class transgression comes in the form of marriage – either as a return to her original status (sacrificing money for love) or as a legitimization of her class rise because of her honest love for a man who just happens to be rich.“¹⁶²

Der einfachste Weg um zu zeigen, dass sich der soziale Status der Figur im Film geändert hat, ist ihr Kostüm zu verändern. Wenn die Hauptdarstellerin die arme Schicht repräsentieren soll, trägt sie andere Kostüme als wenn sie zu der höheren Schicht gehört. Vor allem nach der Wirtschaftskrise in den 1930er gab es viele Filme, in denen dieses Cinderella Motiv präsentiert wurde. In der Zeit der Wirtschaftskrise sind viele Menschen ärmer geworden. Filme die „Cinderella

¹⁶² Berry, Sarah: Screen Style. Fashion and Femininity in 1930s Hollywood. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2000, S. 33

Stories“ zeigten, stellten eine Hoffnung dar – wenn das Mädchen im Film, das arm war, jetzt zu der höheren Schicht gehört, warum konnte es den ZuschauerInnen nicht auch passieren. Vor allem die Frauen assoziierten diese Wendung mit der Kleidung. Film beeinflusste sie, da das Kostüm die leichteste Art einer Transformation ist.

Wenn man Kleider hat, die luxuriös wirken, braucht man andere Aspekte seiner Persönlichkeit wie Benehmen oder Rede, kaum ändern um reich auszuschauen. Kleider können auf den ersten Blick den sozialen Status ändern und dieser Faktor gab den Frauen nach der Weltwirtschaftskrise Hoffnung. Wenn sie sich Kleider, die in den „Cinema Fashion Shops“ verkauft wurden wären, kaufen konnten oder nach den Anweisungen in einer Modezeitschrift ein Kleid, das einem Kleidungsstück von einem Hollywood Film ähnelt, nähen konnten und so den Stil einer Star kopieren, werden sie sich selbst wie Stars fühlen. Die Bedeutung von Kleidung, die neue Arten von sozialen Verhalten aufzeigen kann, ist in Filmen zu beobachten, wo die Fähigkeit der Frauen in neuen Situationen zu handeln, deutlich wird.

Mode diente schon lange als eine Methode um den verschiedenen sozialen Status zu zeigen. Der frühe Hollywood Film hat geholfen, diesen Prozess sichtbar zu machen.

„Fashion has long been a crucial medium for communicating status, and in the 1930s this process was demystified by the figure of the Hollywood star. The significance of fashion as a populist discourse is central to an understanding of the cultural meanings of female Hollywood stars in this era.“¹⁶³

Um den Sinn der Stars der frühen Hollywood Ära zu verstehen, muss man sich die Mode aus dieser Zeit anschauen. Die Mode und Kostüme hatten in der Zeit des frühen Hollywood Films eine wichtige Bedeutung, die die Gesellschaft beeinflusst hat. Den sozialen Status konnte man mit der Hilfe der Kleidung und Kostüme wiedererkennen. Die sozialen Kategorien wurden geformt und das Filmkostüm aus dieser Zeit und die Stars, die Modeikonen geworden sind, hatten auch einen Anteil daran.

¹⁶³ Berry, Sarah: Screen Style. Fashion and Femininity in 1930s Hollywood. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2000, S. 46

6 Stars als Modeikonen

Mode wurde sehr stark in der Filmbranche genutzt – der Gesellschaft vermittelte sie Informationen, nach der aktuellen Mode wurden Kostüme entworfen, die nicht nur den sozialen Status oder Charakter der Figur verraten sollten, sondern auch die Zeit, in der sich die Handlung des Films spielt, zu nähern. Die Zuschauer, die sich für Film interessierten, oft dem Stil ihrer Lieblingsschauspielerinnen folgten, wodurch die zu Modeikonen wurden. „Stars were variously referred to as „role models“, „someone to emulate“ and „the epitome of what every woman should be.“¹⁶⁴ Weibliche Stars vertraten einen idealisierten, doch immer reproduzierbaren Stil.

„The use of stars as fashion types was a key aspect of the mass marketing of fashion in the United States; stars offered female consumers a way of personalizing particular types of femininity, which were then symbolically appropriated through fashion.“¹⁶⁵

Den Stil eines Stars konnte man in den Geschäften finden, wo die Kopien der Kleider, die man im Film gesehen hat, verkauft wurden. Eine andere Möglichkeit war die Instruktionen, wie man selbst ein ähnliches Kleid, als das im Film gezeigtes, nähen konnte, zu folgen. Diese befanden sich in Modezeitschriften.

Filmmode Zeiten machten sich die emotionale Wirkung auf die ZuschauerInnen zu nutze. Film und Mode bilden viele Marketing Möglichkeiten. Den wichtigsten Faktor dieser Beziehung stellen die weibliche Zuschauerinnen dar. Viele Frauen sind ins Kino gegangen um ein Leben der Träume zu leben. Filme und die Geschichten, die sich auf der Leinwand abspielten, ermöglichten es. Frauen bewunderten die Schauspielerinnen und wollten auch das Leben aus den Filmen leben, wollten sich zumindest ähnlich kleiden.

„Thus Hollywood stars function as role models encouraging desire for feminine „attractiveness“, attachment to a man and possession of property. This encouraged traditional forms of aspiration among women whose lives were very unlike anything they saw on the Hollywood screen.“¹⁶⁶

¹⁶⁴ Stacey, Jackie: *Star Gazing. Hollywood Cinema and female spectatorship*. London : Routledge, 1994, S. 152

¹⁶⁵ Berry, Sarah: *Screen Style. Fashion and Femininity in 1930s Hollywood*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2000, S. xxii

¹⁶⁶ Stacey, Jackie: *Star Gazing. Hollywood Cinema and female spectatorship*. London : Routledge, 1994, S. 154

Frauen wollten so ein Leben leben, als sie im Kino gesehen habe. Sie wollten attraktiv wirken, weil die Stars der Filme sich auch mit Attraktivität auszeichneten. Einem Star ähnlich zu sein bedeutete nicht nur deren Stil zu kopieren und für kurze Zeit ein problemloses Leben zu leben. Die Kleidung war der einfachste Weg dies zu erreichen. In der Zeit der Weltkriege und der Wirtschaftskrise hatten die Hollywood Filme, die Stars und ihr Stil einen Sinn, der manchen ZuschauerInnen sogar geholfen hat ihre damalige Situation zu ertragen. Der Regisseur George Cukor erinnerte sich an eine Frau aus Ohio,

„who told him that the movies were her greatest solace during the Great Depression. For thirty cents she could enter a great marble palace and lose herself in romance and celluloid fantasies. „That gave her strength,“ Cukor said. „People were quite emotional about this. They loved the movie queens and wanted them to look marvelous.“¹⁶⁷

Mode war eine Form des Begehrens, die durch die persönliche Veränderung zum Ausdruck kommt. Millionen Frauen konnten sie Modezeitschriften finden, wo sie die neuste Trends, später auch Filmkostüme, kaufen oder nähen konnten.

„In monthly issues of each of these magazines, millions of readers saw Bette Davis, Joan Crawford, Claudette Colbert and Norma Shearer in a series of roles unique to this period: as mannequins modelling clothes, furs, hats and accessories that they would wear in forthcoming films. The intent behind these thousands of style photos epitomised in a 1934 *Shadowplay* caption for a dress modelled by Anita Louise: ‚You will see the dress in action in Warner’s *First Lady*’. Occasionally one was informed that the fashions were ‚on display in leading department and ready-to-wear stores this month’. The names of the leading studio designers, Adrian of MGM, Orry-Kelly of Warners, Royer of 20th Century-Fox, Edward Stevenson of RKO, Edith Head of Paramount, Walter Plunkett of Selznick, became as familiar to readers as the stars themselves.“¹⁶⁸

Die bedeutendsten Kostümdesigner wurden fast so berühmt wie die Stars dieser Zeit. Mode in Zusammenarbeit mit dem Film stellte ein gewinnbringendes Geschäft dar. Mode beeinflusste nicht nur die Frauen, für die sie aber eine spezielle Bedeutung hatte, weil sie geholfen hat, das Frauenbild zu formieren. Mode hatte zu dieser Zeit einen Einfluss auf die ganze Gesellschaft. Der damaligen Wirtschaft war bewusst, wie wichtig der Kunde war und weil die

¹⁶⁷ Davis, Ronald L.: *The Glamour Factory : inside Hollywood’s big studio system*. Dallas, Texas : Southern Methodist Univ. Press, 1993, S. 324

¹⁶⁸ Eckert, Charles: *The Carole Lombard in Macy’s Window*. In: Gledhill, Christine (Hg.): *Stardom: Industry of Desire*. London [u.a.] : Routledge, 1991, S. 35

meisten Haushälterinnen weiblich waren, sollte sich die mögliche Werbung auf sie fokussieren.

„We have an economy suddenly aware of the importance of the consumer and of the dominant role of women in the purchasing of most consumer items. (Consumer statistics widely disseminated in the late 1920s and early 1930s show that women made 80 to 90 per cent of all purchases for family use.“¹⁶⁹

Die meisten der Kinobesucherinnen waren Frauen und weil Frauen auch die Kaufkraft darstellten, bot diese Beziehung mehrere Verkaufs Strategien. „The marketing appeal of stars was not employed purely for the promotion of movies. Stars were also used to promote the sale of other products in secondary or ancillary markets.“¹⁷⁰ Wenn Stars Werbung für ein Produkt gemacht haben, gab es bessere Chancen das Produkt zu verkaufen, egal ob es sich um Kleider, die die Schauspielerin im Film getragen hat oder passende Kleinigkeiten, die man im Geschäft finden konnte, handelte. Diese Fähigkeit zeigt, welchen Einfluss die Stars auf die Kunden/Kundinnen hatten, wenn diese willig waren, Produkte zu kaufen, nur weil sie mit den Namen eines berühmten Schauspielers oder einer berühmten Schauspielerin verbunden waren. Frauen haben oft Produkte, die mit Stars verbunden waren, gekauft, weil diese ihnen ein Gefühl der Verbundenheit mit ihren Idealen liefern. (Abb. 17) „The products associated with stars in films and radio became subliminally attached to their names and their radio voices.“¹⁷¹ Frauen waren das Ziel dieser Werbung, weil sie meistens für den Einkauf verantwortlich waren, wichtig war deshalb frauenspezifische Produkte anzubieten. Kosmetik und Make-up, die schon zu dieser Zeit auch Frauen aus der Oberschicht benutzten, und nicht nur Prostituierte, waren neben der Kleidung ein beliebter Marketing Artikel für Frauen.

„With star-related promotions for cosmetics and toiletries, the Hollywood showcase addressed the market in ways that perceived women to be the primary category of consumer. Recognising the values of ancillary markets for

¹⁶⁹ Eckert, Charles: The Carole Lombard in Macy's Window. In: Gledhill, Christine (Hg.): Stardom: Industry of Desire. London [u.a.] : Routledge, 1991, S. 38

¹⁷⁰ McDonald, Paul: The star system : Hollywood's production of popular identities. London [u.a.] : Wallflower, 2005, S. 54

¹⁷¹ Eckert, Charles: The Carole Lombard in Macy's Window. In: Gledhill, Christine (Hg.): Stardom: Industry of Desire. London [u.a.] : Routledge, 1991, S. 38

the promotion of female stars, Hollywood cultivated the style of leading female stars such as Joan Crawford and Norma Shearer.“¹⁷²
Frauen waren Mittelpunkt des Interesses, weil sie von den Filmen, den Geschichten und von den Stars beeinflusst waren. Stars verkörperten Träume und Hoffnungen, die die Zuschauerinnen hatten – Filmschauspielerinnen waren reich, frei und selbständig. Ohne Mühe hatten sie Zuschauerinnen beeinflusst und inspiriert.

„Stars represent the ideological values of wealth, freedom and individualism on which a consumer economy is built. During the 1930s, stars were central to the development of Hollywood as a showcase for fashions, furnishings, accessoires, cosmetics and other items available on the high street.“¹⁷³

Hollywood hat sehr schnell alle Möglichkeiten, die die Filmindustrie anbieten kann, erkannt und diese gehörig ausgenutzt. Wichtig war aktuell zu bleiben, die Trends und den Geschmack zu beobachten, nachfolgen und bilden. Nachdem Film seine populäre Rolle gewonnen und gefestigt hat, war es notwendig alle Möglichkeiten auszunutzen um die Zeit und Konkurrenz zu überleben.

„Ein Film deckt kulturelle Marktbedürfnisse ab und versucht potentielle Rezipienten in die Form und Gestaltung seiner Erzählung einzubeziehen. Er ist also ein Konsumprodukt und bestätigt, dass Bilderwelt und Produktionswelt heute unauflösbar miteinander verbunden sind.“¹⁷⁴

Um ihre gesellschaftliche Situation zu vergessen, identifizierten sich KinobesucherInnen mit Stars, was in eine Nachahmung ihres Stils resultierte. und ahmen ihren Stil nach.

6.1 Identifizierung mit Stars

Das Wort Identifikation lässt sich vom lateinischen Wort idem – derselbe und facere – machen, ableiten, das ein „emotionales Sich-gleichsetzen mit einer anderen Person oder Gruppe und Übernahme ihrer Motive und Ideale in das eigene Ich bedeutet.“¹⁷⁵ Die Übernahme des Modegeschmacks ist eine der Wege,

¹⁷² McDonald, Paul: The star system : Hollywood's production of popular identities. London [u.a.] : Wallflower, 2005, S. 54

¹⁷³ Ebda, S. 54

¹⁷⁴ Devoucoux, Daniel: Mode im Film. Zur Kulturanthropologie zweier Medien. Bielefeld : transcript Verlag, 2007, S. 12

¹⁷⁵ Dudenredaktion (Hg.): Duden. Das Fremdwörterbuch. 12Bde., Mannheim [u.a.] : Dudenverlag ⁷2001

wie sich ein Zuschauer mit einer anderen Person, in diesem Falle mit einer Star, identifizieren kann.

Für die ZuschauerInnen ist es also natürlich, sich mit den Stars, die sie aus den Filmen kennen, zu vergleichen, sich mit ihnen zu identifizieren und diese nachahmen zu wollen. Modeikonen in den Filmen stellten Ideale dar, ihre Kostüme hatten eine positive Wirkung an die ZuschauerInnen, weil sie anderes, unbekanntes und oft gewünschtes Leben symbolisierten. ZuschauerInnen wollten sich dem idealen Leben nähern. Die Kleidung, die die Filmkostüme inspiriert haben, repräsentiert die einfachste Methode, wie man sich seinem Vorbild ähneln konnte.

Der Begriff der Identifizierung wurde in der psychoanalytischer Theorie von Freud eingeführt und „ist der Psychoanalyse als früheste Äußerung einer Gefühlsbindung an eine andere Person.“¹⁷⁶ Freud unterscheidet drei Formen der Identifizierung,

„erstens die Identifizierung die ursprünglichste Form der Gefühlsbindung an ein Objekt ist, zweitens dass sie auf regressivem Wege zum Ersatz für eine libidinöse Objektbindung wird, gleichsam durch Introjektion des Objekts ins Ich, und dass sie drittens bei jeder neu wahrgenommenen Gemeinsamkeit mit einer Person, die nicht der Objekt der Sexualtriebe ist, entstehen kann.“¹⁷⁷

Die Übernahme der Verhaltensweise eines Charakters wird anerkannt. Unter der dritten Form der Identifikation versteht man auch eine andere Person als Vorbild zu akzeptieren. Als das Objekt der Gemeinsamkeit können Kleider dienen – wenn die Zuschauerin ähnliche Kleidung wie ihr Star im Film trägt, verbindet sie ihr Kleidungsstil und die Zuschauerin sich so mit dem Star identifizieren kann.

Um die Identifizierung des Zuschauers mit den Charakteren auf der Leinwand zu erklären, können wir auch von der Theorie des Spiegelstadiums Lacans ausgehen. In seiner Theorie des Spiegelstadiums beschreibt Lacan ein Kind im Alter von sechs bis achtzehn Monaten, dass sein Spiegelbild im Spiegel zum ersten Mal sieht und sich selbst in diesem identifiziert und dieses Bild idealisiert.

¹⁷⁶ Freud, Sigmund: Massenpsychologie und Ich-Analyse. Leipzig; Wien [u.a.] : Internat. Psychoanalyt. Verl., 1921, S. 66

¹⁷⁷ Freud, Sigmund: Massenpsychologie und Ich-Analyse. Leipzig; Wien [u.a.] : Internat. Psychoanalyt. Verl., 1921, S. 71f

"Man kann das Spiegelstadium als eine Identifikation verstehen im vollen Sinne, den die Psychoanalyse diesem Terminus gibt: als eine beim Subjekt durch die Aufnahme eines Bildes ausgelöste Verwandlung."¹⁷⁸ Das Kind sieht sein Spiegelbild und erkennt sich selbst als ein Objekt. In diesem Moment entwickelt sich das Ich, dass nicht von Anfang an existiert. Das Kind idealisiert sein Bild und zum ersten Mal entsteht das Ich als Ganzes. Das Kind erkennt, dass es ein Individuum ist und entwickelt zum ersten Mal sein Selbstbewusstsein. Die Funktion des Bildes spielt bei diesem Prozess also eine wichtige Rolle, da sie die Realität und Illusion gegenüberstellt.

Diese Annahme können wir auch auf das Kino anwenden. Von dieser Theorie ausgehend können wir die Leinwand als einen Spiegel verstehen. Dieses Konzept spielt eine zentrale Rolle in der Psychoanalytischen Filmtheorie und diente als Ausgangsbasis für Metz und sein Werk "Der imaginäre Signifikant: Psychoanalyse und Kino". Das Spiegelbild des Kindes zeigt ihm sein Körper im Abbild und das Kind sieht nicht mehr nur seine eigene Körperteile, doch es erkennt sich zum ersten Mal als Ganzes. Das Kind gewinnt eine Vorstellung von Ganzheit, auch wenn es noch nicht in der Lage ist, sich als Ganzes zu bewegen und zu sein.

"Die Setzung eines Ideal-Ichs durch das Spiegelbild erlaubt dem Individuum, seine Identität zu konstituieren, indem der eigene Körper an den idealisierten angeglichen und so eine erlebbare Ganzheit erlernt wird."¹⁷⁹

Das Bild, das das Kind im Spiegel sieht, bietet ihm ein Idealbild von sich selbst, das Kind idealisiert sein Ich. Dieses Idealbild wird zum Vorbild des Kindes. Diese Theorie und die damit verbundene Möglichkeit der Identifizierung gelten als Voraussetzungen für die psychische Prozesse, die beim Anschauen von Filmen ausgelöst werden. Das Spiegelstadium und die Identifizierung des Subjekts mit dem Bild ermöglichen eine identifikatorische Beziehung zu dem Film. Lacan hat darauf hingewiesen, dass der Blick in den Spiegel von einem lustvollen Erleben

¹⁷⁸ Lacan, Jacques: Das Spiegelstadium als Bildner der Ichfunktion wie sie uns in der psychoanalytischen Erfahrung erscheint. In: Lacan, Schriften I, Freiburg 1973, S. 64

¹⁷⁹ Reichert, Holger: Film und Kino: Die Maschinerie des Sehens; die Suche nach dem Ort des Betrachters in der filmtheoretischen Diskussion. Wien : Dipl., 1993, <http://www.univie.ac.at/ims/reichert/dipl/Diplom06.htm> Zugriff: 10.05.2012

begleitet wird.¹⁸⁰ Die Theorie des Spiegelstadiums können wir als Ausgangspunkt für die Identifizierung der ZuschauerInnen mit den Stars verstehen. Wenn wir den Spiegel mit der Leinwand ersetzen, sehen wir, dass die visuelle Wahrnehmung des Zuschauers auch ein lustvolles Erlebnis und somit den Prozess der Identifizierung hervorrufen kann. Diese Gefühle erwecken bei dem Betrachter den Eindruck, dass er selbst Subjekt einer Darstellung ist.¹⁸¹ Wenn sich die ZuschauerInnen mit den Stars identifizieren, ahmen sie ihren Stil nach, indem sie ihre Kleidungsweise übernehmen und sich über die Kleidung der Stars identifizieren. Das Filmkostüm der Stars bietet den ZuschauerInnen eine neue Art des Lebens und hat geholfen, das Frauenbild zu beeinflussen.

6.2 Stil der Stars

Eine wichtige Rolle, die das Filmkostüm der Stars im Film gespielt hat, war die Rolle der Emanzipation und der Freiheit. Das Filmkostüm der Stars, die als Modeikonen galten, inspirierte auch die Frauen zu einer Revolution. Eine lange Zeit hatten Frauen kaum Rechte oder Möglichkeiten, Freiheit zu genießen. Eine Inspiration von den Stars, die im Film spielten und so viele Menschen beeinflussen konnten, hat geholfen eine Veränderung des Frauenbildes zu veranlassen. Ihre Kleidung bedeutete auch neue Arten der sozialen Möglichkeiten, Kleidung ermöglichte Frauen neue oder emotionale Situationen zu handeln.

„The importance of clothing as a catalyst for new kinds of social behavior is featured in a range of films that focus on women’s ability to act with authority and ability in new or intimidating situations, such as male-dominated workplace or an urban environment.“¹⁸²

Für diese Diplomarbeit wurden drei verschiedene Stile gewählt, die je in der Zeit, in der sie bevorzugt waren, eine kleine Revolution erzeugten. In den 20er Jahren des 20. Jahrhunderts wurde der Flapper Stil sehr beliebt, weil er eine erste

¹⁸⁰ Vgl. Reichert, Holger: Film und Kino: Die Maschinerie des Sehens; die Suche nach dem Ort des Betrachters in der filmtheoretischen Diskussion. Wien : Dipl., 1993, <http://www.univie.ac.at/ims/reichert/dipl/Diplom06.htm> Zugriff: 10.05.2012

¹⁸¹ Vgl. Reichert, Holger: Film und Kino: Die Maschinerie des Sehens; die Suche nach dem Ort des Betrachters in der filmtheoretischen Diskussion. Wien : Dipl., 1993, <http://www.univie.ac.at/ims/reichert/dipl/Diplom06.htm> Zugriff: 10.05.2012

¹⁸² Berry, Sarah: Screen Style. Fashion and Femininity in 1930s Hollywood. Minneapolis : University of Minnesota Press, 2000, S. 29

Veränderung für die Frauen dargestellt hat. Frauen konnten sich endlich äußern, Flapper Stil hat für sie eine Möglichkeit der Unabhängigkeit symbolisiert. Eine ähnliche Wendung in der sozialen Rolle der Frau haben auch Hosen ausgelöst. Dieses Kleidungsstück erlaubte den Frauen sich nicht nur einen Teil der männlichen Garderobe auszuborgen, männliche Bewegungen und Denkweise haben Frauen auch angenommen als ein Resultat der Emanzipation. Die Farbe Rot hat ihre Symbolik, sie war hauptsächlich für mutige Frauen geeignet, es ist die Farbe, die Konventionen ignoriert. „Bright red is like visual caffeine. It can activate your libido, or make you aggressive, anxious, or compulsive. In fact, red can activate whatever latent passions you might bring to the table, or to the movie. Red is power.“¹⁸³

„Rot is power“, also „Rot ist Macht“ war eine wichtige Erkenntnis für die Frauen, die immer noch um ihren Platz in der Gesellschaft kämpfen mussten. Die Farbe Rot wird in den nachfolgenden Beispielen als ein Symbol der Mutigkeit beschrieben. Die Bedeutung, die die oben genannten Stile für den Film und für die Frauen darstellten, wird in den folgenden Unterkapiteln analysiert.

6.2.1 Flapper

Die 20er Jahre des 20. Jahrhunderts symbolisierten den Beginn der Freiheit für Frauen, der Flapper Stil stellte eine Revolution in der Mode der damaligen Zeit dar. Dieser, nach dem Ersten Weltkrieg popularisierter Stil, öffnete für Frauen neue, bis dahin unbekannte, Möglichkeiten, die sie erleben konnten. Frauen wollten sich den Männern angleichen und wollten auch so behandelt werden. Der Verlust an Männern in der Nachkriegszeit reflektierte direkt das Verhalten und die Mode der Frauen der damaligen Zeit. Unabhängigkeit – sogar Widersetzlichkeit – war für Frauen ein selbstfahrbares Nebenprodukt des Kriegs.¹⁸⁴ Neue Berufe und soziale Freiheit boten neue Optionen. Der Flapper Stil war eine Antwort auf diese Zeit. Dieser Stil mit seinen Merkmalen wurde zu einem internationalen Phänomen.

¹⁸³ Bellantoni, Patti: If It's Purple, Someone's Gonna Die: The Power of Color in Visual Storytelling. Amsterdam [u.a.] : Focal Press, 2005, S. 2

¹⁸⁴ Vgl. Hymowitz, Ellen: The Twenties. In: Condra, Jill: The Greenwood Encyclopedia of Clothing through World History. 1801 to the Present, Vol. 3. Westport : Greenwood Publishing Group, 2008, S. 113f

„An international phenomenon, the „flapper“ – a slender, short-haired, short-skirted young woman, her bosom subdued to an androgynous flat silhouette – conveyed in her dress and behavior what in the 1920s was radically new and openly allowed.“¹⁸⁵

Diese schlanken, androgyn ausschauenden Frauen mit Bubikopf stellten ein radikales, neues Frauenbild dar. Sie inspirierten zu einer sozialen Befreiung und repräsentierten einen kontroversen Stil. „Young women were actually achieving new levels of social and sexual liberation, that found some reflection on the screen, and it was a time of real cultural contestation.“¹⁸⁶

Die Filmindustrie produzierte in den 1920er Jahre Flapper Filme. Die Schauspielerinnen, die in ihrer Zeit als Modeikonen galten und mit ihrem Stil und Filmkostümen die Frauen, die ins Kino gegangen sind, inspirierten, stammten aus der Generation der Flapper.

„Joan Crawford kam aus der Generation der *Flapper*, dieser knabenhaften aufgekratzten Wesen mit Bubikopf, aufgeklärt keß, nüchtern erwartungsfroh, die im Klima ökonomisch gesicherter Lebensfreude zwischen 1920 und 1929 in Amerika gediehen und unbekümmert wussten, wo das Beste zu holen war. Die in dieser Zeit um 50 Prozent gestiegene industrielle Produktion warf Luxus in jeder Form auch auf die Leinwand.“¹⁸⁷

Der Flapper Stil hat in der Zeit eine Form der Rebellion symbolisiert, dieser Stil verunsicherte vor allem die ältere Generation, weil er den Konventionen des akzeptablen weiblichen Verhaltens trotzte. Die Frauen trugen Make-up und hatten Kleider, die eine Revolution in die Mode brachte. Anhand dieses Stiles drückten Frauen ihre Meinung und Haltungen aus. Die damalige Ära bot den Frauen neue Möglichkeiten und sie wollten die neue Freiheit ausnützen. Im September 1925 schrieb Bruce Bliven den Artikel „Flapper Jane“ für die Zeitschrift New Republic.

¹⁸⁵ Hymowitz, Ellen: The Twenties. In: Condra, Jill: The Greenwood Encyclopedia of Clothing through World History. 1801 to the Present, Vol. 3. Westport : Greenwood Publishing Group, 2008, S. 114

¹⁸⁶ Mulvey, Laura: Visual and other pleasures. Bloomington [u.a.] : Indiana Univ. Press, 1996, S. 216

¹⁸⁷ Heinzlmeier, Adolf/Schulz, Berndt/Witte, Karsten: Die Unsterblichen des Kinos. Band 1: Stummfilmzeit und die goldenen 30er Jahre. Frankfurt am Main : Fischer Taschenbuch Verlag, 1982, S. 77

Jane stellt die Figur dar, die die Fakten über den neuen Stil, neue Mode und neuen Ideen übermitteln soll.¹⁸⁸

„In a way,'says Jane, 'it's just honesty. Women have come down off the pedestal lately. They are tired of this mysterious-feminine-charm stuff. Maybe it goes with independence, earning your own living and voting and all that. There was always a bit of the harem in that cover up-your-arms-and-legs business, don't you think? ... Of course, not so many girls are looking for a life meal ticket nowadays. Lots of them prefer to earn their own living and omit the home-and-baby act. Well, anyhow, postpone it years and years. They think a bachelor girl can and should do everything a bachelor man does.“¹⁸⁹

Die Aufnahme des Flapper Stils war von großer Bedeutung für die Frauen, die endlich mit diesem Stil eine jahrelange Tradition gebrochen haben und mit der Hilfe der Kleidung ihre Emanzipation ausdrücken konnten.

„Die zwanziger Jahre brachten zum ersten Mal eine Damenmode, bei der die Frauen ihre Beine zeigten und zeigen durften. Es ist bezeichnend für den enormen Emanzipationsaufschwung jener Zeit, dass gerade damals mit einer jahrhundertealten Tradition gebrochen wurde.“¹⁹⁰

Zu einem der wichtigsten Aspekte dieses Stils der 1920er gehörte auch Make-up. Die Frauen waren berufstätig und versuchten ihre Freiheit wahrzunehmen und zu zeigen, indem sie ihren Lohn in den Warenmarkt, in Mode und Kosmetik, investierten. Frauen wollten modisch aussehen, sie trugen kurze Röcke, Bubikopf und Lippenstift. Kosmetikprodukte waren nicht mehr ein Zeichen der Prostituierten, sondern sie symbolisierten die moderne Zeit und waren zugleich eine Art, die sexuelle Weiblichkeit der Frauen zu zeigen.¹⁹¹ Zu dieser Wahrnehmung haben die Filme mit ihren Stars wesentlich beigetragen, indem hier die Frauen ihre modische Weiblichkeit und Freiheit präsentierten. Der kurze Haarschnitt waren auch eine bis dahin unbekannte Frisur. Das Abschneiden des Haares war zum ersten Mal erlaubt ohne bestraft zu werden. (Abb. 18) „Als der Bubikopf aufkam, sah man ihm

¹⁸⁸ Vgl. Mulvey, Laura: Visual and other pleasures. Bloomington [u.a.] : Indiana Univ. Press, 1996, S. 216

¹⁸⁹ Bliven, Bruce: "Flapper Jane". Published in New Republic, September 9, 1925. <http://faculty.pittstate.edu/~knichols/flapperjane.html>. Zugriff: 02.05.2012

¹⁹⁰ Loschek, Ingrid: Mode im 20. Jahrhundert. Eine Kulturgeschichte unserer Zeit. München : Bruckmann, 1978, 74

¹⁹¹ Vgl. Mulvey, Laura: Visual and other pleasures. Bloomington [u.a.] : Indiana Univ. Press, 1996, S. 219

zunächst als Symbol der Gleichberechtigung und Emanzipation der Frau an, was wohl zu Recht zutraf.“¹⁹²

Schon in dieser Zeit haben sich Film und die Gesellschaft gegenseitig ergänzt. Die damalige gesellschaftliche Situation, die auch die Mode und das Frauenbild ausgedrückt haben, war mit dem Film verbunden. Der in den Filmen verbreitete Flapper Stil, der die damalige gesellschaftliche Situation widerspiegelte, inspirierte die Frauen zu ihrer sozialen Freiheit und hat dazu beigetragen, das Frauenbild zu verändern. 1933 beschreibt den Einfluss des Mediums Film ein 16-jähriges Mädchen, wenn sie sich auf die Schauspielerin Clara Bow, eine bedeutende Darstellerin dieses Stils, erinnerte:

„No wonder girls of older days, before the movies, were so modest and bashful. They never saw Clara Bow If we did not see such examples in the movies, where would we get the idea of being ‚hot‘? We wouldn't.“¹⁹³

Dieses Zitat fasst zusammen, welchen Unterschied Film und seine Stars, die als Modeikonen galten, gemacht haben. Das Mädchen betont die Wichtigkeit dieses Mediums und seinen Stars, die es vorgestellt hat. Der Film und seine Verbreitung der damaligen Mode haben wesentlich dazu beigetragen, dass der soziale Status der Frauen verbessert wurde und Frauen selbstbewusster wurden.

6.2.2 Hose

Die Filmindustrie hat dazu beigetragen, dass das Kleidungsstück Hose popularisiert wurde. In der Ära vor den 1920er Jahre war es kaum vorstellbar, dass Frauen auch Hosen tragen könnten. Hosen hat mit Frauen nur der Erste Weltkrieg verbunden, wenn Frauen diese Kleidung zur Arbeit getragen haben (Abb. 19). Als ein Modestück wurde aber Hose damals kaum angenommen. Die Einführung von Hosen für Frauen stellte eine wichtige Bedeutung für sie dar. Elizabeth Wilson meinte: „It is possible that the advance of the trouser for women

¹⁹² Loschek, Ingrid: Mode im 20. Jahrhundert. Eine Kulturgeschichte unserer Zeit. München : Bruckmann, 1978, 85

¹⁹³ Johnson, Russell L.: Flappers. Overview.

http://www.anzasa.arts.usyd.edu.au/ahas/flappers_overview.html. Zugriff: 24.06.2012

is the most significant fashion change of the twentieth century.“¹⁹⁴ Hosen symbolisierten ein Kleidungsstück, das eine wichtige soziale Rolle bei der Emanzipation der Frauen spielte, weil Hose meistens mit einer Frau, die arbeitet, verbunden wurden. Mehrere Faktoren waren ausschlaggebend für die Akzeptanz der Hose für Frauen. Soziale Veränderungen zusammen mit dem Einfluss der Medien und Marketingstrategien bewirkten eine Akzeptanz der Hose als ein tragbares Kleidungsstück für Frauen. Die Popularisierung der Sport und Freizeit Aktivitäten, die Mode Industrie und die weiblichen Stars, die Hose getragen haben, alle diese Faktoren spielten hier eine wesentliche Rolle.¹⁹⁵ Wäre es nicht Marlene Dietrich und ihre Filmkostüme gewesen, hätten Hosen und Hosenanzug für Frauen schwerlich diese Bedeutung gewonnen.

„Den Hosenanzug machte sie [Marlene Dietrich] für Frauen seit *Morocco* (1930) tragbar. Im Schwarzen, mit Zylinder, Spitzenhemd, Fliege, tritt sie als Sängerin Amy Jolly in einem marrokanischen Nachtclub unter die erlebnishungrigen Zuschauer, eine Hand in der Hosentasche, in den Fingern der anderen die obligate Zigarette.“¹⁹⁶

In ihrem ersten amerikanischen Film „Morocco“ stellte sich Dietrich in einem männlichen Kostüm vor, was zuerst zu unhöflichen Reaktionen des Publikums führte. Es gelingt ihr aber das Publikum zu überzeugen, dass es ihr männliches Kostüm auch genießen kann.

„In the celebrated first act, Amy appears in a top hat and tuxedo, which initially elicits rude disapproval from her audience. Boos change to applause, however, as Amy's gestural élan and coolly ironic voice persuade the crowd to enjoy the transgression of her mannish appearance. A similar process took place in Hollywood, as Dietrich and others boldly sported menswear in a range of social settings.“¹⁹⁷

Stars wie Marlene Dietrich, Katharine Hepburn oder Greta Garbo transformierten den männlichen Stil so dass er für Frauen auf der ganzen Welt akzeptabel und

¹⁹⁴ Wilson, Elizabeth: *Adorned in Dreams. Fashion and Modernity*. London : Virago, 1985, S. 162

¹⁹⁵ Vgl. Berry, Sarah: *Screen Style. Fashion and Femininity in 1930s Hollywood*. Minneapolis : University of Minnesota Press, 2000, S. 143

¹⁹⁶ Heinzlmeier, Adolf/Schulz, Berndt/Witte, Karsten: *Die Unsterblichen des Kinos. Band 1: Stummfilmzeit und die goldenen 30er Jahre*. Frankfurt am Main : Fischer Taschenbuch Verlag, 1982, S. 166

¹⁹⁷ Berry, Sarah: *Screen Style. Fashion and Femininity in 1930s Hollywood*. Minneapolis : University of Minnesota Press, 2000, S. 145

feminin war.¹⁹⁸ Der Journalist Guy Babineau meinte: „Katharine Hepburn’s mannish wardrobe inspired an unprecedented demand for stylish women’s trousers – now a wardrobe staple.“¹⁹⁹ Katharine Hepburn wurde sogar mit einem „Life Achievement Award“ im Jahr 1986 ausgezeichnet, dass sie von Council of Fashion Designers of America (CFDA) bekommen hat. Hepburn wurde für ihren Einfluss auf Mode, vor allem als Hoseträgerin in ihren Rollen im Film, ausgezeichnet.²⁰⁰

In dem Film „It happened one night“ aus dem Jahr 1934, wurde die Szene mit Clark Gable und Claudette Colbert berühmt, in dem die Schauspielerin in einem männlichen Pyjama zu sehen ist. Diese Szene folgte ganz präzise den Hays Code: keine Leidenschaft zwischen den Charakteren. Colbert trägt einen Pyjama, der aus Hosen und ein Hemd besteht, ohne nackte Haut zu zeigen. Dieses Kleidungsstück wurde zu einem Erfolg, Frauen begannen es zu tragen. Interessant an diesem Film ist auch der Charakter von Gable – wenn er sich sein Hemd auszieht, ist er ohne Unterhemd zu sehen. Unter seinem Hemd ist er nackt, was die Männer inspirierte, kein Unterhemd zu tragen.²⁰¹

Dieser männliche Stil, die die Frauen adaptierten, hat später in der Zeit des Zweiten Weltkriegs an Popularität gewonnen. Wenn Männer kämpfen musste, war es für die Frauen wichtig ihre Unabhängigkeit auch zu präsentieren. Der männliche Stil hat Frauen eine Möglichkeit geboten, ihre Emanzipation auszudrücken. „Manche betont emanzipierte Frau gefiel sich in einem Smoking-Kostüm mit Krawatte oder in einem Herrenmantel mit steifem Filzhut oder Homburg als Kopfbedeckung.“²⁰²

¹⁹⁸ Vgl. Hymowitz, Ellen: The Thirties. In: Condra, Jill: The Greenwood Encyclopedia of Clothing through World History. 1801 to the Present, Vol. 3. Westport : Greenwood Publishing Group, 2008, S. 130f

¹⁹⁹ Nadoolman Landis, Deborah: Dressed: A Century of Hollywood Costume Design. New York : HarperCollins Publishers, 2007, S. 107

Vgl. Stalder, Erika: Fashion 101: A Crash Course in Clothing. San Francisco: Zest Books, 2008, S. 73²⁰⁰

²⁰¹ Vgl. Nadoolman Landis, Deborah: Dressed: A Century of Hollywood Costume Design. New York : HarperCollins Publishers, 2007, S. 76

²⁰² Loschek, Ingrid: Mode im 20. Jahrhundert. Eine Kulturgeschichte unserer Zeit. München : Bruckmann, 1978, 82

Es waren die Stars des Films, die die Frauen zum Tragen dieses Kleidungsstück inspirierten und daraus ein Modestück gemacht haben. Sie zeigten den Frauen einen Weg, wie sie sich den Männern angleichen konnten und doch dabei ihre Weiblichkeit nicht verlieren. Die weibliche Stars trugen die Hose im Film, einige haben sie auch in der Öffentlichkeit des Alltags angezogen. „But the ability of Hollywood stars to turn the most casual of popular play clothes into a sophisticated fashion was made abundantly clear from 1926 on, when female stars began wearing pants in public.“²⁰³ Die Schauspielerinnen regten mit diesem Trend die Frauen zur Emanzipation an, sie zeigten ihnen einen Weg, wie sie ihre eigene Haltungen und Überzeugungen auch optisch ausdrücken konnten. Das Publikum kannte die Schauspielerinnen, die schon einen gewissen Status hatten, diese wurden deshalb respektiert und konnten diesen Trend zur Mode machen.

Am Anfang wirkte dieser Trend unverständlich. Eine Zeitung hat im Jahr 1933 einen Artikel geschrieben, in dem beschrieben wird, wie Hollywood, das „Trouser-Land“ mit Alarm reagiert hat, da seine Stars einen bizarren Trend vorgestellt haben. Der Artikel behauptet, dass hier alles angefangen hat – „Hollywood gets the credit –or, the blame – for originating the trousered feminine mode“.²⁰⁴ (Abb. 20) Den männlichen Stil zu adaptieren hieß auch die männliche Manieren und Habitus nachzuahmen. Die Zeitschrift „Life“ hat im Jahr 1940 den Artikel „College Girl in Men’s Clothing“ gebracht, in dem junge Frauen gezeigt sind, die entweder eine maskuline Mode oder weibliche Kleider mit männlichen Ergänzungsteilen tragen. (Abb. 21) Die Frauen haben männliche Posen angenommen – sie stehen breitbeinig mit ihren Händen in den Taschen, sie sitzen auf der Eisenbahn mit ihren Beinen aufgestützt oder im Schneidersitz auf dem Boden. Interessanterweise stehen auch die Frauen, die einen Rock anhaben, breitbeinig, sie kopieren die männliche Haltung der Frauen, die in Hosen angezogen sind.²⁰⁵ Der Artikel und seine Photographien zeigen, wie der männliche Stil und die Mode, die Hose bevorzugt, die Frauen beeinflusst hat, sie kopieren nicht nur die Mode

²⁰³ Berry, Sarah: Screen Style. Fashion and Femininity in 1930s Hollywood. Minneapolis : University of Minnesota Press, 2000, S. 154

²⁰⁴ Vgl. Berry, Sarah: Screen Style. Fashion and Femininity in 1930s Hollywood. Minneapolis : University of Minnesota Press, 2000, S. 155

²⁰⁵ Vgl. Berry, Sarah: Screen Style. Fashion and Femininity in 1930s Hollywood. Minneapolis : University of Minnesota Press, 2000, S. 157

der Männer, sie kopieren auch ihre Körpersprache, was auch für Emanzipation bedeutend war. Breitbeinig bedeutet hier Selbstbewusstsein und Macht.

6.2.3 Die Farbe Rot

Einige Filmemacher fürchteten Farben in ihren Filmen zu benutzen, weil sie vermuteten, dass Farbe von der Handlung ablenken könnte. Andere waren der Meinung, dass Farbe einen Vorteil für den Film darstellt, da sie die Charaktere der Figuren spezifizieren kann, die Dramaturgie antreibt, Details abbildet und Emotionen auslösen kann. In der Zeit des frühen Hollywood Films, als sich eine Revolution in Mode nur langsam anbahnte, Frauen nach Stereotypen lebten und noch kaum soziale Rechte und Möglichkeiten hatten, bot die Farbe Rot eine Antwort an. Schwarz war elegant, Weiß symbolisierte Unschuld aber Rot bedeutete etwas neues, anderes, sie stellt eine Möglichkeit für Frauen dar, die eine Verwandlung erwarteten.

Die Farbe Rot steht für Stärke, Unabhängigkeit, Macht, sie ist auffällig und symbolisiert etwas Lebendiges. Wenn Technicolor in der Filmgesellschaft noch nicht verbreitet war, wurde die Aufgabe, die Farbe Rot darzustellen, zu einer Herausforderung. Bei einem schwarz-weißen Film mussten sich die kompetenten Filmemacher und Kostümdesigner bemühen, diese Farbe in dem richtigen Licht darzustellen. Wenn die Zuschauer einen schwarz-weißen Film angeschaut haben, mussten sie verstehen, welchen expliziten Sinn diese Farbe und alle rote Kostüme bekommen haben. Die meiste roten Kostüme trugen Frauen, die gegen Konventionen kämpfen oder ihre Stärke zeigen mussten. Beide Merkmale waren wichtig in der Zeit des frühen Films, wenn Frauen noch kaum eine feste Position in der Gesellschaft gewonnen haben und noch mit der Hilfe der Stars stimuliert wurden. So auch Susanne Marschall zu Farben in ihrem Buch „Farbe im Kino“:

„Für das Kino in Farbe ist das Kino in Schwarzweiß ungeheuer wichtig, denn das Spiel von farblosem Licht und Schatten durfte sich von Anfang an von der Realität entfernen. Aus seinem nach und nach angehäuften Vorrat an Gestaltungsformen, die ureigen zur Ästhetik des Kinos gehören, konnte der Farbfilm schöpfen.“²⁰⁶

²⁰⁶ Marschall, Susanne: Farbe im Kino. Marburg : Schüren, 2005, S. 421

In mehreren Filmen, die in Schwarzweiß gedreht wurden, hat ein rotes Kostüm für die Frauen eine wichtige Funktion. Die Zusammenarbeit der Lichteffekte mit Farbe resultiert in grauen Tönen, die den Zuschauern aber einen Eindruck der Farbe darbietet und sie diese auch so emotional wahrnehmen. Beispiele für rote Kostüme in schwarzweißen Film sind die Kleider von Joan Crawford in „The bride wore red“ aus dem Jahr 1937 (Abb. 22) und das Kostüm, das Bette Davis in dem Film „Jezebel“ ein Jahr später getragen hat (siehe Abb. 11).

In dem Film „Jezebel“ trägt Bette Davis ein rotes Kleid zu einem großen Ball und bricht damit alle Konventionen, da Frauen, die nicht verheiratet sind, zu diesem Ereignis ein weißes Kleid tragen sollten. Die Szene spiegelt die gesellschaftliche Situation der damaligen Zeit wider, da sich Frauen nicht anziehen konnten, was sie wollten, sondern was die Gesellschaft von ihnen erwartet hat. Julie, die von Bette Davis gespielte Figur, versucht die Konventionen zu zerstören und mit dem roten Kleid äußert sie ihre eigene Meinung, sie versucht, Freiheit zu gewinnen. Davis selbst meinte über ihr Kostüm:

„Jack Warner insisted no one would want to see a film about a girl who wore a red dress to the New Orleans ball. The custom was to wear a white dress. I told Warner only 10 million women would want to see this film. As it turned out, I was right.“²⁰⁷

Ein rotes Kleid zu dem Ball zu tragen stellt den Eigensinn der Hauptrolle dar. „In *Jezebel*, the heroine's willfulness is made irreversibly public when she wears a red gown to the cotillion, a gesture of disregard for codes of dress and femininity that dooms her to a tragic end.“²⁰⁸ Wenn sie dieses Kleid trägt, bricht sie die damaligen Normen, drückt ihre Meinung und Weiblichkeit mit diesem roten Kleid aus. Sie repräsentiert eine selbständige Frau, die ihre Meinungen verteidigen kann. In dem roten Kleid versucht Julie (Bette Davis) in der Gesellschaft Position zu gewinnen. Der Film spielt in den 50er Jahre des 19. Jahrhunderts und Julie hat sich entschieden, ein rotes Kleid zu dem Ball zu tragen, auch wenn für Frauen, die nicht verheiratet sind, ein jungfräuliches weißes Kleid gefordert ist. Wenn sie das rote Kleid trägt, drückt sie nicht nur ihre modische Überzeugung aus, diese

²⁰⁷ Nadoolman Landis, Deborah: Dressed: A Century of Hollywood Costume Design. New York : HarperCollins Publishers, 2007, S. 100

²⁰⁸ Berry, Sarah: Screen Style. Fashion and Femininity in 1930s Hollywood. Minneapolis : University of Minnesota Press, 2000, S. 85

Entscheidung sagt über sie aus, dass sie sich nach ihren eigenen Bestimmungen entscheidet und tut. Wenn sie das Kleid trägt, folgt sie nicht den Wünschen, die ihrer Verlobter hat.

„It is furthermore a form of defiance of the need to do as her fiancé, Henry Fonda, wishes. At the dance, which is dramatically photographed and edited, Davis is shunned by polite society and humiliated. When she wishes to go home, Fonda forces her to take the dance floor and complete a dance with him. Davis has gambled and lost. She cannot defy society.“²⁰⁹

Julie hat versucht der Gesellschaft zu trotzen, doch war sie bei dieser Aktivität in dem 19. Jahrhundert nicht erfolgreich. Die Gesellschaft demütigte sie. Sie alleine kann gegen der Gesellschaft und den Konventionen nicht kämpfen, doch sie hat es mit ihrem roten Kleid versucht. Eine ähnliche Rolle spielt das rote Kleid auch in dem Film „The Bride Wore Red“ aus dem Jahr 1937. Die Hauptrolle in diesem Film spielt die arme Nachtclubsängerin Anni (Joan Crawford), die mit ihrem Filmkostüm in eine Dame verwandelt werden soll. Die Differenzierung der Klasse sowie die Moral der Oberschicht zählen zu dem Hauptthemen dieses Filmes, unterstützt mit der Idee, dass der soziale Status vom Geld abhängig ist. Anni stellt ihre Identität mit ihrer Kleidung dar. Sie hat sich ein rotes Kleid ausgesucht, ein Kleid das aber ihre wirkliche Identität und soziale Position in der Gesellschaft repräsentiert und für eine Dame, die Anni imitiert zu sein, ist so ein Kleid unpassend. Sie entscheidet sich aber das Kleid trotz seiner Symbolik zu tragen und stellt so ihre Verachtung für die Anmaßungen der Oberschicht dar.

„Like the red dress that Bette Davis wears to a white cotillion ball in the following year's *Jezebel* (1938), Anni's dress is a protest and gesture of reclaiming her original desire for autonomy and pleasure (the fantasy of finding a transformative red dress) rather than accepting the roles offered to her.“²¹⁰

Auch wenn sich Anni am Ende des Filmes für die ruhige und romantische Identität entscheidet, mit dem roten Kleid äußerte sie ihre eigene Meinung und Protest anstatt die soziale Rolle zu akzeptieren, die ihr angeboten wurde.

Ein Beispiel, wie ein rotes Kostüm im Film benutzt wird, sind die „rubby slippers“ (Abb. 23), die die Hauptfigur Dorothy in dem Film „The Wizard of Oz“ (1939) trägt.

²⁰⁹ Basinger, Jeanine: *A Woman's View: How Hollywood Spoke to Women, 1930-1960*. Middletown : Wesleyan University Press, 1993, S. 133

²¹⁰ Berry, Sarah: *Screen Style. Fashion and Femininity in 1930s Hollywood*. Minneapolis : University of Minnesota Press, 2000, S. 37f

Die Schuhe wurden von Adrian entworfen, einem der berühmtesten und respektierten Kostümdesigner Hollywoods der 1930er.²¹¹ Der Film selbst erinnert an die Beziehung Hollywood – Gesellschaft der damaligen Zeit. Am Anfang des Filmes ist Dorothy in Kansas zu sehen. Hier muss sie Probleme lösen und träumt deshalb von einem Land, wo es keine Sorgen geben wird. Dieser Teil des Filmes ist schwarz-weiß gefilmt, seine Struktur ähnelt dem Status der Gesellschaft der 1930er Jahre, die von der Wirtschaftskrise und den Zweiten Weltkrieg geprägt wurde. Alltäglich mussten Menschen Probleme lösen und träumten über Flucht. Wenn ein Wirbelsturm Dorothy in das Land Oz bringt, flüchtet sie von ihrer Realität in ein Zauberland. Der Film wird ab hier in Technicolor gedreht, weil ähnlich wie Dorothy, auch die ZuschauerInnen von ihrer alltäglichen schwarz-weißen Realität in das bunte Land Hollywood flüchteten. Die schwarz-weiße Realität und das bunte Zauberland wurden so unterschieden.

„It is important to remember that in 1939, when the film was made, audiences were viewing films in black and white, and so it was brilliant for the filmmakers to expose the audience to black and white in the beginning of the movie so that they too could experience the incredible shock of the exotic and bizarre Technicolor world along with Dorothy. Intimations of vulnerability were rumbling through the cosmos in 1939. People wanted to feel strong and invincible.“²¹²

Die aussagekräftige Visualität dieses Filmes ermöglichte den ZuschauerInnen sich mit der Hauptfigur, Dorothy, zu identifizieren. Die Situation, in der sie sich befindet, war ähnlich der Situation, die die ZuschauerInnen jeden Tag überleben mussten. Diese Szene hat der Situation des Publikums also nicht nur technisch, sondern auch gesellschaftlich entsprochen.

Am Anfang ihres Besuch bekommt Dorothy die „rubby slippers“. Nicht nur sind die Schuhe rot, weil Hollywood die Neuigkeit Technicolor ausnützen wollte, die rote Farbe spielt in diesem Zusammenhang noch andere Rolle. Die roten Schuhe vermitteln Dorothy ihre Macht und ihren Mut, dank dieser Schuhe fühlt sie sich stark und unbesiegbar. Dorothy erfährt, dass ihr ihre Schuhe helfen werden. Sie erlauben es, einem naiven, unschuldigen Mädchen ihren Traum zu folgen und ans Ziel zu kommen. In der Zeit, als der Film aufgeführt wurde, waren viele Frauen in

²¹¹ Vgl. Finler, Joel W.: The Hollywood story. London [u.a.] : Wallflower, 2003, S.167

²¹² Bellantoni, Patti: If It's Purple, Someone's Gonna Die: The Power of Color in Visual Storytelling. Amsterdam [u.a.] : Focal Press, 2005, S. 6

der selben Position wie Dorothy – unschuldig, überängstlich, mit eigenen Zielen und Träumen. Die „rubby slippers“ beweisen, dass alles möglich ist, dass sie zum Ziel führen und Träume in Erfüllung gehen.

In allen genannten Beispielen ist die Farbe Rot als ein Synonym für Selbständigkeit und Mut gestanden. Alle diese Kostüme haben Frauen getragen, die ihre Meinung äußern wollten, die Courage brauchten oder zeigen mussten. Die roten Kleider, sowie die rote Schuhe, sind auffällig und repräsentieren Stärke und Unabhängigkeit. Die Frauen, die diese Stücke getragen haben, äußerten so ihre Meinung und halfen, das Frauenbild zu verändern, indem sie Frauen Mut machten, ihre Meinung zu zeigen.

6.3 Filmanalyse – The Women (1939)

Der Film "The Women" wurde für die Filmanalyse gewählt, weil er verschiedene Frauen verschiedener sozialen Schichten zeigt. Ihre Position drücken die Filmkostüme aus, die einer der einflussreichsten Kostümdesigner dieser Zeit, entworfen hat. Seine Filmkostüme haben oft Mode inspiriert. Der Film wird anhand der Literaturrecherche und eigenen Überlegungen und Bemerkungen analysiert und versucht die These, dass sich Filmkostüm und Gesellschaft gegenseitig beeinflussen können, zu bestätigen und stellt die Wende dar. In dem Film sind die Figuren der emanzipierten Frauen, die gleichberechtigte Partnerinnen darstellten, zu sehen, Meinungen der Frauen verschiedenen Generationen werden verglichen und so wird bewiesen, dass die Frauen einen Fortschritt durchgegangen haben. Die Filmkostüme schildern verschiedene Figuren ab, die von den Stars der Zeit gespielt wurden. Joan Crawford, zum Beispiel, gehörte zu den Star ihrer Generation, die einen enormen Modetrend mit ihren Filmkostümen mit breiten Schultern ausgelöst hat. In diesem Film trägt sie auch Kostüme mit den bekannten breiten Schultern. Der Film "The Women" konzentriert sich ausschließlich an Frauen und ihre Kostüme, stellt verschiedene Rollen der sozialen Schichten dar und bildet so ein gutes Beispiel für die These und den Inhalt dieser Diplomarbeit. (Abb. 24)

Der Film „The Women“ wurde von George Cukor im Jahr 1939 gedreht und von Hunt Stromberg produziert. Das Drehbuch hat Clare Boothe Luce für ein

Theaterstück im Jahr 1936 geschrieben und das Stück hatte 666 Reprisen im Ethel Barrymore Theatre auf Broadway, New York. Das Drehbuch für den Film wurde von Anita Loos und Jane Murnin bearbeitet. Der Film ist in der Zeit entstanden, als es ein Studio System gab und in der Filmwirtschaft die fünf wichtigsten Studios, „Big Five“, herrschten. Zu diesem gehörte auch das Studio Metro-Goldwyn-Mayer (MGM), das diesen Film produziert hat. Der Film ist in der Zeit der goldenen Ära des Films entstanden und musste sich mit einer enormen Konkurrenz auseinandersetzen, als im Jahr 1939 zwei der wichtigsten Filme seiner Zeit von MGM entstanden sind: „The Wizard of Oz“ und „Gone with the Wind“.

George Cukor, „the studio's top ‚women's director‘“²¹³, bleibt seiner Reputation treu, wenn wir in diesem Film mehr als 130 Charaktere sehen und alle sind Frauen, kein einziger männlicher Schauspieler spielt in diesem Film, auch wenn Männer oft zum Hauptthema werden. Frauen aus der Oberschicht und Scheidungen waren eine moralische Frage in der Zeit der Entstehung des Filmes. Für diesen Film hat Cukor fast alle größten Stars, die mit MGM einen Vertrag hatten, engagiert. In dem Film sind Norma Shearer als Mary Haines, Joan Crawford als Crystal Allen und Rosalind Russell als Sylvia Fowler zu sehen. Zu anderen Charakteren zählten auch Mary Boland als The Countess DeLave (Flora), Paulette Goddard als Miriam Aarons, Phyllis Povah als Edith Potter, Joan Fontaine als Peggy Day, Virginia Weidler als Little Mary, Lucile Watson als Mrs. Morehead und Marjorie Main als Lucy. Die Kostüme für den Film und für die Fashion Show hat Adrian, „the most famous and respected costume designer in Hollywood in the 1930s“²¹⁴, entworfen.

Die Geschichte stellt eine Satire der Frauen aus der Oberschicht, die im Zentrum des Filmes stehen, dar. Der Film bietet uns eine Sicht auf diese Frauen, die scheinen immer nur zu klatschen und die Neuigkeiten über anderen Frauen aus ihrer sozialen Schicht zu erzählen. Mary Haines gehört auch zu dieser Schicht. Sie ist verheiratet, doch ihren Ehemann sehen wir nie im Film. Zusammen haben sie eine Tochter, Little Mary, die eine ehrliche und sensitive Beziehung zu ihrer Mutter hat. Beide verbringen viel Zeit zusammen und Mary scheint fast keine

²¹³ Finler, Joel Waldo: The Hollywood story. London [u.a.] : Wallflower, 2003, S. 163

²¹⁴ Ebda, S. 167

Geheimnisse vor ihrer Tochter zu haben – sie erzählt ihr Erlebnisse, die sie mit ihrem Vater überlebt hat und später erklärt sie ihr, warum sie sich scheiden lassen will. Aus ihren Erzählungen erfahren wir, dass sie stolz auf ihre Fähigkeiten, fischen und Pferde reiten so gut wie ihrer Mann zu können, ist. Dass Mary ihren Mann stellen kann, zeigen nicht nur ihre Fähigkeiten, sondern auch eine gewisse Art der Unabhängigkeit, da Mary für ihren Mann eine gleichberechtigte Partnerin darstellt. Ihre Unabhängigkeit stellt auch ihre Kleidung dar, wenn sie während des Filmes zwei Mal Hosen trägt – in der Zeit das Symbol der Emanzipation und Unabhängigkeit. (Abb. 25, Abb. 26) Vielleicht auch diese Ereignisse führen zu der Affäre, die Stephen, Marys Ehemann mit der Verkäuferin Crystal hat. Diese Neuigkeit erfährt als erste ihre Freundin, Sylvia Fowler, sehr komisch von Rosalind Russell gespielt, in einem Schönheitssalon (weil, wie satirisch gezeigt wird, reiche Frauen Zeit nur für Schönheitprozeduren haben) die es natürlich gleich weitererzählt. Die exzentrische Rolle Sylvias ist mit ihren extravaganten Kostümen unterstützt. (Abb. 27, Abb. 28, Abb. 29)

Wenn Mary von dem Verhältnis, das ihr Mann hat, erfährt, kommt ihr ihre Mutter zur Hilfe. Diese beide demonstrieren uns eine Mutter-Tochter Beziehung einer anderen Generation. Mrs. Morehead empfiehlt ihrer Tochter nicht über das Thema mit ihrem Mann zu reden. Ein anderes Bild für die alte Generation bietet uns die Mutter, wenn sie erst jetzt ihrer Tochter über die Affäre ihres Vaters erzählt und gibt zu, dass sie damals nichts gemacht hat und das Verhältnis einfach ruhig überlebt hat. Mary versteht die Position der älteren Generation aber nicht und behauptet, die Situation und ihre Position in der Gesellschaft hat sich verändert, in dem sie meint: „But this is today. Stephen and I are equals.“

Als Gegenteil zu den Frauen der Oberschicht steht Crystal, eine Verkäuferin, die Parfüme verkauft. Die Rolle Crystal, einer arbeitenden Frau, ist in der Zeit nach der Weltwirtschaftskrise und kurz vor dem Beginn des Zweiten Weltkriegs, sehr aktuell, da ähnlich viele andere Frauen, die den Film ins Kino gesehen haben, auch arbeiten mussten und nicht die Vorteile der Oberschicht genießen konnten. Crystal stellt eine typische Darstellerin der „Cinderella Story“ dar, indem sie am Anfang der Geschichte nur ein arbeitendes Mädchen ist, während des Filmes aber in die höhere Geschichte steigt und ändert so ihren sozialen Status. Crystal gelingt diese Steigung in die höhere Schicht, wenn sie sich verheiratet. Ihre Kostüme

spiegeln dabei ihre Position wider. Am Anfang, wenn sie noch als Verkäuferin arbeitet, trägt sie ein einfaches schwarzes Kleid mit den typischen Schultern, die für sie der Kostümdesigner Adrian entworfen hat. (Abb. 30) Ihr einfaches Kleid und Styling stehen zum Gegenteil zu den Kostümen, die Sylvia Fowler und Edith Potter in der Szene tragen, wenn sie gekommen sind um Crystal zu sehen. Ihre verzierten Kostüme und die Handschuhe, die Sylvia trägt, zusammen mit den Hüten, sind typisch für Darstellerinnen ihrer sozialen Schicht. In der 30er Jahren gehörte ein Hut zu der verpflichtete Garderobe jeder Dame.

„Die schlichte Linie von Mantel und Kleid wurde durch den Hut ausgeglichen, Individueller Geschmack, Phantasie, Mut zur Extravaganz und Drang zum Mondänen entluden sich, besonders gegen Ende der dreißiger Jahre, in der Wahl des Huts. Mit ihm wollte jede Frau ihren modischen Geschmack beweisen und manch eine änderte ihren Hut immer wieder nach der neusten Mode.“²¹⁵

Ein Hut zu haben stellte eine modische Pflicht dar, ein Hut zu jedem Kleid zu haben stellte eine modische Pflicht der Oberschicht dar. Dieser Trend können wir auch auf der Modenschau beobachten, wo Mary, Sylvia, Edith und Peggy teilnehmen. Bei diesem Abbild sind auch andere Symbole, die den sozialen Status verraten, zu beobachten, wie zum Beispiel ein Pelz oder Schmuck. Die Modenschau spielt eine interessante Rolle in dem Film. Nicht nur zeigt sie die Kunst Adrians und seine Entwürfe, die uns die damalige Zeit und Mode nahe bringen, nach der Einleitung „A glimpse of the future“ kommt eine kurze Sequenz in Technicolor gedreht, eine Andeutung, dass man in den kommenden Filmen die Kostüme nicht mehr schwarz-weiß sehen wird. (Abb. 31) Bei der Modenschau sind auch Kostüme mit kleinen Puffärmel oder ausdrucksvollen Schultern, ein Markezeichen des Kostümdesigners Adrian, zu sehen. Kostüme mit markanten Schultern standen auch als ein Symbol der Emanzipation, damit wurden den breiten Schultern den Frauen eine männliche Silhouette verliehen. In der Modenschau sind auch Kostüme mit ganz kurzen Röcken zu sehen, die die Beine enthüllen oder lange Kleider, ein Trend der 30er Jahre, wenn Frauen eine modische schmale Silhouette hatten. Dass nur diese Sequenz in Technicolor ist, kann auch andeuten, dass die Welt der Mode für die Zuschauerinnen eine neue und unbekannte Welt darstellt.

²¹⁵ Loschek, Ingrid: Mode im 20. Jahrhundert. Eine Kulturgeschichte unserer Zeit. München : Bruckmann, 1978, 131

Nach der Modeschau ist Crystal zu sehen, die alle teuren Kleider, die für die Oberschicht empfohlen sind, einkauft. Ihre Ankunft zu diesem Ereignis und das nachfolgende Einkaufen, repräsentieren ihren Aufstieg in die obere Schicht und Veränderung ihres sozialen Status. Als Verkäuferin konnte sie sich die Kleider nicht leisten und wie wir feststellen werden, hinter ihren sozialen Status steht ein Mann. Crystal kann teure Kleider kaufen, weil ihre Position nicht mehr die von einer arbeitenden Frau ist, sondern als Partnerin eines reichen Mannes. Auf der anderen Seite zeigt es aber, dass Crystal von dem Mann und seinem Reichtum abhängig ist und dass ihre soziale Position der Mann bestimmt.

Nach der Modeschau lernen sich Crystal und Mary endlich kennen. Ihre verschiedene Position und sozialer Status drücken ihre Kostüme aus. Mary, die verheiratete Mutter aus der Oberschicht, trägt bei diesem Treffen ein bodenlanges, schwarzes Kleid, das sie gerade probiert hat und das elegant und ernsthaft wirkt und ihren sozialen Status darstellt. Crystal auf der anderen Seite hat ein glitzerndes goldenes Kleid an, das ihre Beine zeigt. Ihre Steigung in die Oberschicht verkündigt der extravagante Hut zusammen mit der goldenen Farbe, doch das kurze Modell und ihre nackten Beine provozieren und verraten ihre wirkliche Rolle. Dass beide Damen auch verschiedene Interesse und Meinung über wichtige Angelegenheiten haben, verrätet das Gespräch, das sie führen. Wenn Crystal sagt, „You’ve got everything that matters. The name, the position, the money. What have you got to kick about?“, deutet sie ihre Ziele und wirkliche Interesse an. Doch Mary, eine Frau der Oberschicht meinte, „My husband’s love happens to mean more to me than those things.“ (Abb. 32, Abb. 33) Diese Kostüme und Dialog zeigen ihre unähnliche Ansicht – die arbeitende Frau sehnt sich nach dem Geld und sozialen Status, die verheiratete Frau, die es alles schon hat, wünscht sich nur die Liebe ihres Mannes. Eine mögliche Interpretation, die der Film den Zuschauerinnen anbietet ist, dass das Vermögen keinen Sinn ohne Liebe hat, doch die andere mögliche Interpretation wäre, dass sich Mary kaum um das Geld interessieren muss, wenn sie es schon hat. Ihre Kostüme bilden ihre Charaktere und die Zuschauerinnen entscheiden sich selbst, mit welcher Frau sie sich identifizieren möchten.

Sport und sportliche Kleidung gehörten in dieser Zeit auch zu einem Trend, nicht nur weil auch die sportliche Kleidung zur Mode wurde und eine wichtige Rolle

spielte, die Frauen mussten Sport treiben um schlank zu bleiben, damit sie die schmale Silhouette der Kleider dieser Zeit tragen konnten. Bei der Modeschau stellte Adrian auch einige Modellen, die für Sport geeignet waren, vor. Sport war zu dieser Zeit von großer Bedeutung und wurde auch einer der Synonymen der Oberschicht. (Abb. 34, Abb. 35, Abb. 36) Auch in dem Film sind Sylvia und Peggy beim Sport treiben zu sehen und tragen kurze, doch elegante Kleider. (Abb. 37) Beide tragen sogar das selbe Modell, was bei uns die Idee erregt, dass es für die Frauen der selben sozialen Status eine Art Uniform gab, die sie beim Sport tragen sollten. (Abb. 38) Sylvia erklärt ihre Sicht auf die Ehe, wenn sie Peggy einen Rat gibt: „You should hang on to your income. It’s the only protection a married woman has.“ Diese Aussage stellt eine verheiratete Frau vor, die mit ihrer Ehe ihre Freiheit verloren hat und ihr Gehalt für sie die einzige Verbindung mit dieser Freiheit und Sicherheit darstellt.

Das Frauen arbeiten konnten und musste, spiegelte sich auch in der Kleidung wider. Am Ende der 30er Jahre wurde die Tagesmode wesentlich strenger als zuvor. Das Kostüm gehörte zu der Tageskleidmode. Die Jacken waren meist tailliert, die Röcke waren wadelang und schmal um die Hüften herum.²¹⁶ Auch für diesen Film hat Adrian einige Kostüme entworfen, die die optimale Kleidung für arbeitende Frauen dargestellt haben. Dunkle Farben, breite Schultern und strenges Aussehen waren typisch für diese Kleider. Die Röcke waren kürzer und schmal, damit sie nicht nur die Emanzipation der Frau charakterisierten, aber auch ihre Weiblichkeit.

Wenn sich Mary für Scheidung entscheidet, weist sie auf ihre Emanzipation hin. Sie wird lieber als eine freie, moderne Frau leben als in einer Beziehung zu existieren, wo sie betrogen wurde. Sie fährt mit dem Zug nach Reno, wo sich alle Frauen, die auf eine Scheidung warten, treffen. Schon in dem Zug trifft sie zwei andere Frauen, Countess DeLave, eine ältere Frau, die schon mehrmals verheiratet war und die nicht für das Geld heiratet, weil sie es nicht braucht, sondern sie heiratet, weil sie hofft, den richtigen Mann und Liebe zu finden. Countess DeLave repräsentiert eine Frau aus der Oberschicht, die mit ihrer Kleidung ihren sozialen Status erklärt. In der Szene im Zug trägt sie einen Pelz

²¹⁶ Vgl. Loschek, Ingrid: Mode im 20. Jahrhundert. Eine Kulturgeschichte unserer Zeit. München : Bruckmann, 1978, 128

und Perlen als Symbole ihres sozialen Status und ihrer Macht. (Abb. 39) Die Perlen wird sie dann während des ganzen Films tragen, sogar beim Reiten. (Abb. 40) Ihre Position und gewisse Macht erklärt sie, wenn sie Champagner trinkt und die beiden Frauen einladet, sich anzuschließen. In dem Film trägt sie auffällige Kostüme, die als ein Synonym des Luxus gelten. Sie repräsentiert eine strenge mächtige Frau, die selbständig ist (sie kauft eine Firma nur damit ihr nächstes Ehemann eine Arbeit bekommt) und keinen Mann um ihre Position zu stärken braucht, sondern es sind die Männer, die sie brauchen. Die andere Frau ist Miriam Aarons, eine junge, fröhliche Frau, die über ihre Scheidung nicht deprimiert ist, ganz im Gegenteil, sie genießt ihr Leben und scheint viel Hoffnung zu haben. Ihr Kostüm mit der Kappe dient als ein Versteck, weil sie sich auch einen verheirateten Mann gefunden hat – der Ehemann von Sylvia – und auch wenn die Affäre, die Mr. Fowler hat, bekannt ist, die Identität seiner Geliebten ist fremd. In der späteren Szene ist sie mit einem Hut zu sehen, der hier auch als ihr Versteck genutzt sein könnte. (Abb. 41)

Wenn Mary ihren Scheidungsbrief bekommt, ist sie im Zweifel, ob sie die richtige Entscheidung getroffen hat, wenn sie auf ihren Stolz geachtet hat und nicht ihr Herz gehört hat. Mary spricht mit ihrem ehemaligen Ehemann, und erfährt von seiner Ehe mit der Verkäuferin Crystal. In ihrem karierten Hemd legt sie sich auf das karierte Bett über den karierte Vorhänge hängen. Es entsteht das Gefühl, dass Mary in diese Umgebung gehört und nicht zu ihrem Ehemann zurückkehren soll, sondern in dem „Scheidungsland“ bleiben sollte. Sie verlässt aber Reno und die Geschichte verschiebt sich.

Zwei Jahre später sehen wir, wie sich das Leben von Crystal dank ihrer Ehe mit einem reichen Mann aus des Oberschicht, verändert hat. Kaum erinnert sie an die Verkäuferin. (Abb. 42) Ihre Kleider und Stil ordnen sie in die selbe soziale Schicht wie Mary und ihre Freundinnen. (Abb. 43, Abb. 44) Wenn dann alle Frauen in einem Bild zu sehen sind, sieht man kaum Unterschiede zwischen ihnen – mit ihren Kleidern gehört auch Crystal zu diesen Frauen. (Abb. 45) Die Kostüme machen Menschen – sie verraten den sozialen Status und dank ihres Kostüm sieht niemand in Crystal die Darstellerin der arbeitenden Klasse, die sie früher war. Die Frauen verbindet auch ihre Frisur, wenn alle einen ähnlichen Haarstil mit kleinen Löckchen, der in der 30er Jahre sehr beliebt war, tragen.

„Die neue Frisurmode schrieb kinnlanges, leicht gelocktes Haar vor, das den Kopf eng umschmeicheln und die Ohren nicht bedecken durfte. 1936 waren modemutige junge Damen dieser biederer, konservativen Frisur überdrüssig. Sie trugen die Stirnhaare zu Tausenden kleinen Löckchen gekraust, während die Deckhaare in einer einfachen Nackenrolle zusammengefasst wurden. 1938 kämmte man die Locken der Deckhaare hoch, frisierte seitlich die Haare zurück – die Ohren mussten stets frei bleiben – und ließ die Locken lose in den Nacken fallen.“²¹⁷

Kostüme können aber auch Charakter identifizieren – Mary, die betrogene Frau, die ihren Ehemann verloren hat und Peggy, die naive Figur, die für ihren Mann alles opfern wurde, stehen in ihren hellen Kostümen im Gegenteil zu Sylvia, die die ganze Zeit nur intrigiert und klatscht und Crystal, die für Geld eine Ehe zerstört hat, tragen dunkle Kleider. (Abb. 46) Auch in einem schwarz-weißen Film arbeitet Adrian mit dem Licht und Farbe um die Charaktere der Darstellerinnen zu fassen. Mit dem Kostüm wird die Veränderung Crystals am deutlichsten gezeigt. Die einfache schwarze Kleidung, die sie getragen hat, wenn sie als Verkäuferin arbeitete (Abb. 47), tauschte sie mit einem langem Kleid mit Flitter und Pelz um (Abb. 48), die Luxus und so ihren Aufstieg in die obere Schicht symbolisieren.

Die Komödie, die am Ende der 30er Jahre gedreht wurde, in der Zeit nach der Weltwirtschaftskrise und kurz vor dem Beginn des Zweiten Weltkriegs, dient als Satire und Kritik der Oberschicht. Es behandelt das Thema des sozialen Status von Frauen, da kein Mann im Film zu sehen ist, doch trotzdem beeinflussen sie die Leben der Frauen. Im Film werden verschiedene Frauentypen und Charaktere dargestellt, die sich je eigen mit ihrer Situation auseinandersetzen. Die verschiedenen Typen mit verschiedenen Problemen und Natur ermöglichen es der Zuschauerinnen sich mit der Rolle zu identifizieren, in der sich ihre Situation und Eigenschaften widerspiegelt. Die Kostüme komplettieren die Figuren, ihre Situation und ihren Status. Frauen konnten in diesem Film mögliche Lösungen für Probleme finden, eine Flucht aus der Realität suchen oder eine Beruhigung erfahren. Der Film zeigt Frauen, die von ihren Männern abhängig sind und sich ein Leben ohne die Männer nicht vorstellen können, entweder weil sie verliebt sind oder nach Geld gieren. Auf der anderen Seite aber zeigt der Film auch selbständige Frauen, die

²¹⁷ Loschek, Ingrid: Mode im 20. Jahrhundert. Eine Kulturgeschichte unserer Zeit. München : Bruckmann, 1978, 133

ihre Meinung äußern können, weil sie ein vollwertiges Leben leben wollen oder weil sie glücklich sein wollen, ohne sich jemanden anderen anpassen zu müssen. Der Film bietet Frauen verschiedene Lösungen für ihre Probleme, je nachdem wie stolz, selbständig oder unabhängig sie sind. Jede Frau kann sich mit einer der Rollen des Filmes identifizieren und so sich ihren Weg suchen. Im Film wird gezeigt, dass selbständige Frauen auch glücklich sein können, genauso wie einige Frauen nur für die Ehe leben. Der Film bietet verschiedene Möglichkeiten und Alternationen für Frauen, wie sie auch optisch mit ihrer Kleidung reagieren können.

7 Zusammenfassung

Die Diplomarbeit sollte die Funktion des Filmkostüms in der Zeit des frühen Hollywood Films beweisen, welchen Effekt das Kostüm an Frauen in dieser Zeit hatte, wie das Filmkostüm die damalige Gesellschaft beeinflusst hat und umgekehrt, welchen Einfluss die Gesellschaftssituation an die Entstehung der Filmkostüme hatte. Die These der Diplomarbeit wurde mit einer ausführlichen Recherche der Literatur, Filmen und Zeitungsartikel überprüft und die nachgewiesene Informationen und Fakten zusammen mit eigenen Überlegungen wurden für die Filmanalyse angewendet, die die Funktion des Filmkostüms bestätigen soll.

Die Entwicklung des Hollywood Films, vor allem die Entstehung des Star Systems, war bedeutungsvoll für den späteren Einfluss auf die Gesellschaft, auf die Frauen und ihre Position in der Gesellschaft, ihre Feminität, die auch mit ihrer Kleidung ausgedrückt wurde. „It is clear that Hollywood helped to shape the modern „fashion system“ and that consumer fashion, in turn, inflected Hollywood’s representations of femininity.“²¹⁸

Das Filmkostüm hat verschiedene Entwicklung und Veränderung in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts durchgegangen. Zur Zeit der zwei Weltkriegen oder Wirtschaftskrise hat Hollywood die Position des weltbekannten Mainstream-Kinos gewonnen. Das einflussreiche Medium Film inspirierte die ZuschauerInnen mit seinen Filmen und deren Geschichten, die DarstellerInnen wurden Stars, das Leben ihrer Figuren ist eine Inspiration für die ZuschauerInnen geworden. Das Filmkostüm hat für die Frauen einen der wichtigsten Aspekte bedeutet. Das, was wir an haben, stellt den ersten Eindruck über uns her. Mit unserer Kleidung können wir uns in eine andere Person verwandeln. „Die Kleidung ist eines der prominentesten Repräsentationsmittel für Menschen.“²¹⁹ Deshalb gehörte die Kleidung, die die Filmkostüme inspiriert haben und die sich die Zuschauerinnen selbst in „Cinema Fashion Shops“ kaufen konnten oder mit Hilfe der Zeitschriften selbst nähen konnten, zur ausgesuchten Ware. Die Modetrends, die Hollywood mit

²¹⁸ Berry, Sarah: Screen Style. Fashion and Femininity in 1930s Hollywood. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2000, S. 184

²¹⁹ Burger, Rosa: Contemporary costume design : Dress Codes und weibliche Stereotype im Hollywood-Film. Wien : WUV-Univ.-Verl, 2002, S.11

seinem Film inspiriert hat, ermöglichten es den Frauen sich in eine andere Person zu verwandeln. Die Figuren im Film, die Stars gespielt haben, halfen Frauen Tabu zu brechen und halfen ihnen in ihrem Kampf für die Emanzipation, wenn Stars im Film zum Beispiel Hosen getragen haben, ein Symbol der Männlichkeit oder sich ein rotes Kleid angezogen haben, auch wenn dieses in der Gesellschaft zuerst als unakzeptabel galt.

Die Gesellschaftssituation hat den Film auch beeinflusst, zum Beispiel in der Zeit des Zweiten Weltkriegs, als eine Stoffrationierung nötig war und die Kostümdesigner nur einfache Filmkostüme entworfen haben, damit sich die ZuschauerInnen unauffällige Kleidung auswählen wurden. Luxuriöser Stoff wurde für die Kriegszeit gespart, zum Beispiel die Seidenware wurde mit Baumwolle ersetzt, da Seide für die Kriegszeit von großer Bedeutung war. Kostümdesigner akzeptierten diese Bedingung.

Einen anderen wichtigen Faktor dieser Diplomarbeit bilden Stars und ihre Funktion. Die SchauspielerInnen, die für ihr Aussehen, Talent, Ausstrahlung, die Filme, in denen sie gespielt haben und ihr Studio zu Stars wurden, hatten die Fähigkeit, Massen zu inspirieren und zu beeinflussen. Ihre Figuren ermöglichten den ZuschauerInnen ein anderes Leben kennenzulernen, über das sie träumen konnten und in das sie in ihrer kniffigen Lebenssituation, die die Gesellschaftssituation beeinflusst hat, flüchten konnten. Die ZuschauerInnen bewunderten Stars, ihre Inspiration, was zu ihrer Identifizierung mit dem Stars geführt hat. Auf der Leinwand sahen sie ein besseres Ich, sie sahen DarstellerInnen, denen sie sich ähneln wollten und ihr Leben ausprobieren zu sehnten. Der einfachste Weg dazu war die Kleidung, die die Filmkostüme der Stars aus dem Hollywood Film beeinflusst haben. Aussehen, das ein Star im Film repräsentiert hat, zu adaptieren, bedeutete das Leben der Star aus dem Film zu nachahmen.

In der Filmanalyse konnten wir auch beobachten, wie die recherchierte Informationen angewendet wurden. Verschiedene Kleidungsstücke sind für verschiedene soziale Schichten als passend gesehen und diese bestimmen den sozialen Status der Figur. ZuschauerInnen konnten diese nachahmen, um einen besseren Status zu erreichen.

Das Filmkostüm erklärt den Charakter der Figur, wenn zum Beispiel, extravagante Kleider den Charakter auch nachformen. Hosen tragen bedeutet emanzipiert und selbstständig zu sein. Die Figur, die von Joan Crawford gespielt wird, trägt in diesem Film kaum andere Kleider als mit breiten Schultern, ein Modetrend, den Crawford inspiriert hat und den eine Vielzahl von ZuschauerInnen kopiert hat.

Das Filmkostüm hat das Leben der ZuschauerInnen beeinflusst, wenn es nicht nur eine Flucht oder Gelegenheit zum träumen angeboten hat, das Filmkostüm war auch für die Position der Frauen in der Gesellschaft entscheidend, als es geholfen hat, ihre Meinungen und ihre Haltung auszudrücken um ein besseres Leben kämpfen zu können.

8 Abbildungen



Abb. 1 „First and most recent star“ Florence Lawrence auf dem Umschlag eines Zeitschrifts



Abb. 2 Eine Photographie von Florence Lawrence mit ihrem Autogramm



Abb. 3 Werbung auf Studio Styles von Warner Bros in der Zeitschrift Vogue

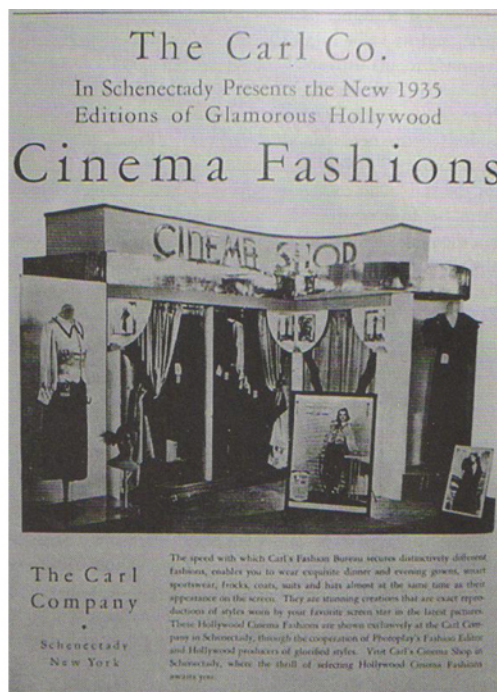


Abb. 4 Cinema Shops

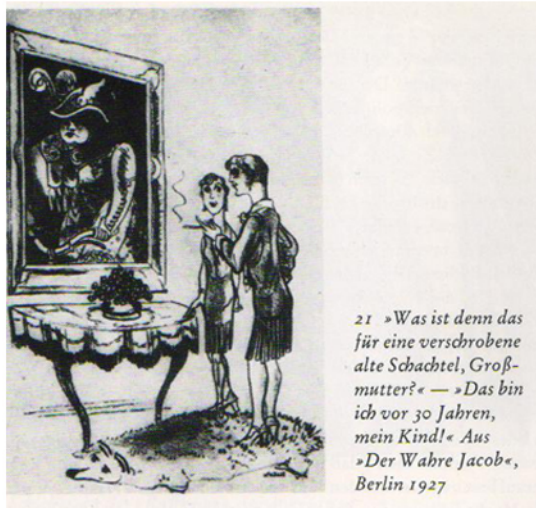


Abb. 5 Die Karikatur beschreibt die Veränderung des Stils der Frauen



Abb. 6 Der Kleidungsstil der 1920er



Abb. 7 Der Kleidungsstil der 1930er



Abb. 8 Joan Crawford im berühmten Letty Lynton Kleid



Abb. 9 Der strenge Kleidungsstil der 1940er



Abb. 10 Rita Hayworth in ihrem Filmkostüm im Film „Gilda“



Abb. 11 Das rote Kleid im Film „Jezebel“

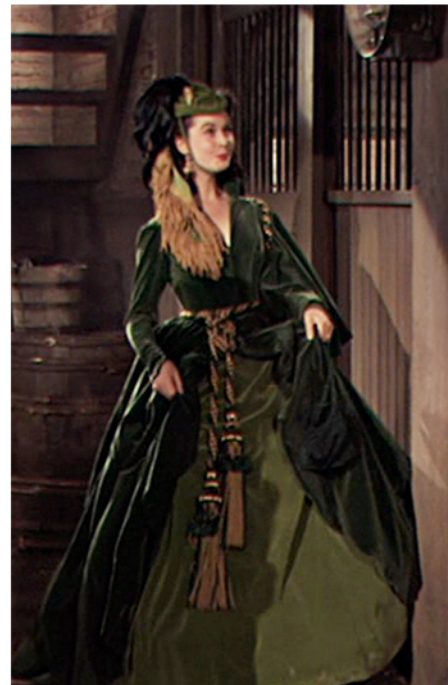


Abb. 12 Das aus den Vorhängen genähtes Samtkleid im „Gone with the Wind“



Abb. 13 Der Zustand Carlottas wird im Film „Juarez“ mit ihrem Filmkostüm ausgedrückt



Abb. 14 Marlene Dietrich trägt Hosen



Abb. 15 Katharine Hepburn trägt Hosen



Abb. 16 Veronica Lake mit ihrem „peek-a-boo“ Haarstil



Abb. 17 Star Bette Davis in Werbung

THE SATURDAY EVENING POST



Beginning
Merton of the Movies—By Harry Leon Wilson

Abb. 18 Flapper Stil – kurzer Haarstil und Make-up (Zeitung aus dem Jahr 1922)



Abb. 19 Arbeitsanzug der Frauen - Hosen



Abb. 20 Ein Zeitungsartikel „View with Alarm – The Strange Spectacle of Women in Trousers“

COLLEGE GIRLS IN MEN'S CLOTHING

MASCULINE TOGS INVADE CAMPUS

Outfitting some of the best-dressed young men of Yale, Harvard and Princeton has for years been a major endeavor of the house of J. Press, custom tailor to college men of means. Last spring J. Press tailors surprisingly found themselves taking the hip, waist and bosom measurements of Wellesley, Smith and Vassar girls.

The college girls wanted jackets, custom-made exactly like those worn by men. They ordered them in the identical materials they had seen on boys they liked (although they put the shop manager through a third degree to make sure no other girls had ordered a jacket of the chosen fabric). They paid \$45 for a sports jacket, \$65 for jacket and skirt and \$100 for coat and skirt. Some even bought men's slacks. On their own campuses and on Eastern men's college campuses during spring home parties, these girls in their men's clothing had an air. Girls with modest ready-to-wear clothes budgets raided men's shops for small-sized jackets which would give the same general effect. By May, Boston's Wan, male mecca of the garment industry, was running frequent reports on the trend to men's clothes at leading Eastern girls' colleges. In June, LIFE photographed the girls on the page opposite. Every bit of wearing apparel, except skirts and red boots, came from a men's shop.



Men's moccasins worn by girls in these pictures threaten popularity of the saddle oxford. Entire outfit worn by Jean Campo, Stephens College graduate, in masculine merchandise.



Men's raincoat and gabardine crew hat, here worn by Martha Kay Lamb, Smith junior, on stock items in college boys' departments. Red rubber boots are an adaptation of boys' boots.

MODERN LIVING



Men's slacks of soft flannel costing \$10.00 are considered good buys by Eastern college girls. The suspenders, white shirt and the green crew shirt also come from men's shops.



Men's jackets, not stuffed versions but the real thing, long and loose with broad shoulders, right buttoning, first made fashionable last May when worn at the Smith College step-out.

Abb. 21 "College Girls in Men's Clothing"



Abb. 22 Joan Crawford in ihrem roten
Filmkostüm im Film „The Bride Wore Red“



Abb. 23 Rubby slippers im Film „The
Wizard of Oz“



Abb. 24 Die Darstellerrinnen des Films „The Women“ in ihren Filmkostümen



Abb. 25 Die selbständige Mary trägt Hosen



Abb. 26 Die selbständige Mary trägt Hosen



Abb. 27 Sylvia in extravaganten Kostümen



Abb. 28 Sylvia in extravaganten Kostümen



Abb. 29 Sylvia in extravaganten Kostümen



Abb. 30 Verkäuferin Crystal im einfachen Kleid mit breiten Schultern



Abb. 31 Fashion Show - A glimpse of the future in Technicolor



Abb. 32 Das Treffen zwei Gegnerinnen aus verschiedener sozialen Schicht



Abb. 33 Das Treffen zwei Gegnerinnen aus verschiedener sozialen Schicht



Abb. 34 Sport als Synonym der Oberschicht



Abb. 35 Sport als Synonym der Oberschicht

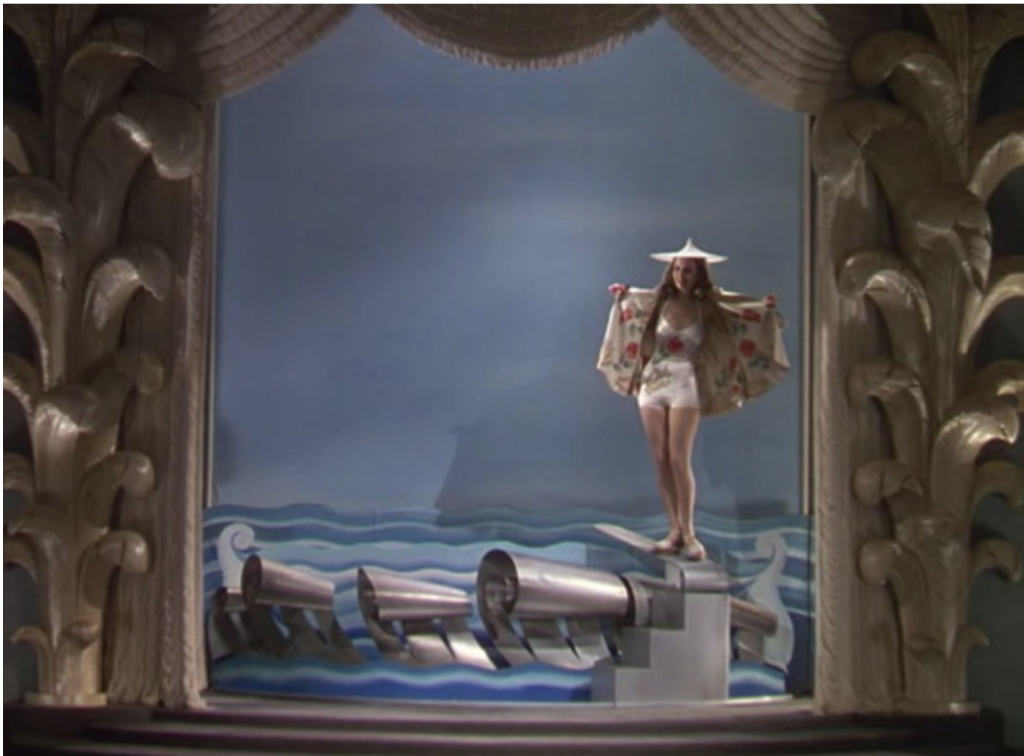


Abb. 36 Sport als Synonym der Oberschicht



Abb. 37 Sylvia und Peggy treiben Sport in eleganten Kleider



Abb. 38 Sylvia und Peggy treiben Sport in eleganten Kleider



Abb. 39 Pelz und Perlen als Symbole des sozialen Status



Abb. 40 Symbol des sozialen Status wird alltäglich getragen



Abb. 41 Miriam Aarons nutzt ihr Kostüm zum Verstecken



Abb. 42 Crystal erinnert kaum an Verkäuferin (Cinderella Motiv)



Abb. 43 Kleider drücken den sozialen Staus aus



Abb. 44 Kleider drücken den sozialen Staus aus



Abb. 45 Mit ihrem Kostüm passt auch Crystal zwischen den Frauen



Abb. 46 Die Farbe verrät den Charakter der Figur



Abb. 47 Crystal als Verkäuferin...



Abb. 48 ...und als eine Frau von der Oberschicht

9 Quellenverzeichnis

Filmographie

- The Wizard of Oz. Regie: Victor Fleming/Richard Thorpe/King Vidor. USA: MGM, 1939. Fassung: DVD Video. Ffm: Warner Home Video, 1999.
- The Women. Regie: George Cukor. USA: MGM, 1939. Fassung: DVD Video. Ffm: Warner Home Video, 2002.

Bibliographie

- Balio, Tino: The American Film Industry. Madison, Wis. : Univ. Of Wisconsin Press, 1985.
- Basinger, Jeanine: A Woman's View: How Hollywood Spoke to Women, 1930-1960. Middletown : Wesleyan University Press, 1993.
- Bellantoni, Patti: If It's Purple, Someone's Gonna Die: The Power of Color in Visual Storytelling. Amsterdam [u.a.] : Focal Press, 2005.
- Berg, Angelika / Regine Engelmeier: Design oder Nichtsein. Kostümbildner und Couturiers in Hollywoods großen Tagen. In: Engelmeier, Regine [Hrsg.] / Peter W. Engelmeier: Film und Mode, Mode im Film. München : Prestel, 1990, S. 19-25.
- Bernhard, Silke: „Funny Face“ und „The Devil wears Prada“ – Eine vergleichende Analyse zweier Portraits der Modebranche bezüglich Mode- und Frauenbild, Figurenkonstellationen und Technik. Wien : Dipl., 2008.
- Berry, Sarah: Screen Style. Fashion and Femininity in 1930s Hollywood. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2000.
- Bliven, Bruce: „Flapper Jane“. Published in New Republic, September 9, 1925. <http://faculty.pittstate.edu/~knichols/flapperjane.html>. Zugriff: 02.05.2012
- Breward, Christopher: The Culture of Fashion. A New History of Fashionable Dress. Manchester : Manchester University Press, 1995.
- Brown, Kelly R.: Florence Lawrence, the Biograph girl. America's first movie star. Jefferson, NC [u.a.] : McFarland, 1999.
- Burger, Rosa: Contemporary costume design : Dress Codes und weibliche Stereotype im Hollywood-Film. Wien : WUV-Univ.-Verl, 2002.
- Colville-Anderson, Mikael: European Cinema & American Movies. Defining the evolution of two worlds. Erschienen in: Euroscreenwriters, Quelle:

http://zakka.dk/euroscreenwriters/articles/entertainment_and_art_542.htm,
Zugriff: 24.10.2011

- Condra, Jill (Hg.): The Greenwood Encyclopedia of Clothing through World History. 1801 to the Present, Vol.3. Westport : Greenwood Publishing Group, 2008.
- Čorba, Milan: Kostýmová tvorba. Prednášky. Bratislava : Divadelný ústav Bratislava, 2009.
- Davis, Ronald L.: The Glamour Factory : inside Hollywood's big studio system. Dallas, Texas : Southern Methodist Univ. Press, 1993.
- DeCordova, Richard: Picture Personalities: The emergence of the star system in America. Urbana, Ill. [u.a.] : University of Illinois Press, 2001.
- Devoucoux, Daniel: Mode im Film. Zur Kulturanthropologie zweier Medien. Bielefeld : transcript Verlag, 2007.
- Dorer, Johanna/Matthias, Marschik, Wie die Medie "Frauen" konstruieren. Medienimpulse. Beiträge zur Medienpädagogik. Heft Nr. 29, September 1999. <http://mediamannual.at>, Zugriff: 09.02.2012
- Dudenredaktion (Hg.): Duden. Das Fremdwörterbuch. 12Bde., Mannheim [u.a.] : Dudenverlag 2001.
- Dyer, Richard: Stars. London : British Film Inst., 1998.
- Eckert, Charles: The Carole Lombard in Macy's Window. In: Gledhill, Christine (Hg.): Stardom: Industry of Desire. London [u.a.] : Routledge, 1991, S. 30-39
- Engelmeier, Regine [Hrsg.] / Peter W. Engelmeier: Film und Mode, Mode im Film. [anlässlich der Ausstellung "Film und Mode – Mode im Film" im Deutschen Filmmuseum, Frankfurt, Main, vom 2.März bis 1.April 1990] München : Prestel, 1990.
- Finler, Joel Waldo: The Hollywood story. London [u.a.] : Wallflower, 2003.
- Fox, Patty: Star Style. Hollywood legends as fashion icons. Santa Monica : Angel City Press, 1995.
- Freud, Sigmund: Massenpsychologie und Ich-Analyse. Leipzig; Wien [u.a.] : Internat. Psychoanalyt. Verl., 1921
- Gilman, Susan Jane: Keine Kinder, keine Küche, keine Kirche! So leben die Töchter der Emanzipation. München : Ariston Verlag, 2003.

- Heinzlmeier, Adolf/Schulz, Berndt/Witte, Karsten: Die Unsterblichen des Kinos. Band 1: Stummfilmzeit und die goldenen 30er Jahre. Frankfurt am Main : Fischer Taschenbuch Verlag, 1982.
- Hepburn, Audrey: Kostüme machen Schauspieler. Ein persönliches Bekenntnis. In: Engelmeier, Regine [Hrsg.] / Peter W. Engelmeier: Film und Mode, Mode im Film. München : Prestel, 1990, S. 9-11
- Herzog, Charlotte/Gaines, Jane: „‘Puffed Sleeves before Tea Time’: Joan Crawford, Adrian and Women Audiences,“. In: Gledhill, Christine (Hg.): Stardom: Industry of Desire. London [u.a.] : Routledge, 1991, S. 74-91
- Johnson, Russell L.: Flappers. Overview.
http://www.anzasa.arts.usyd.edu.au/ahas/flappers_overview.html, Zugriff: 24.06.2012
- Jungkunz, Bettina: Zum Ingenieur geboren? Einflüsse auf die Berufswahl von Ingenieurinnen und Naturwissenschaftlerinnen. Berlin : Logos Berlin, 2012.
- Lacan, Jacques: Das Spiegelstadium als Bildner der Ichfunktion wie sie uns in der psychoanalytischen Erfahrung erscheint. In: Lacan, Schriften I, Freiburg : Walter Verlag, 1973 S. 61-70
- Laver, James: Dandies. London : Weidenfeld & Nicolson. 1968.
- Leese, Elizabeth: Costume Design in the Movies: An Illustrated Guide to the Work of 157 Great Designers. New York : Dover Publications, 1991.
- Loschek, Ingrid: Wann ist Mode? Strukturen, Strategien und Innovationen. Berlin : Reimer Verlag, 2007.
- Loschek, Ingrid: Mode im 20. Jahrhundert. Eine Kulturgeschichte unserer Zeit. München : Bruckmann, 1978.
- Maltby, Richard/Craven, Ian: Hollywood cinema : an introduction. Oxford : Blackwell Publ., 1995.
- Marantz Cohen, Paula: Silent film & the triumph of the American myth. Oxford [u.a.] : Oxford University Press, 2001.
- Marschall, Susanne: Farbe im Kino. Marburg : Schüren, 2005.
- Mauer, Sandra: Die Frau als besonderes Schutzobjekt strafrechtlicher Normen. Ein Rechtsvergleich zwischen den Vereinigten Staaten von Amerika und der Bundesrepublik Deutschland. Würzburg : Diss., 2009.

- McDonald, Paul: The star system : Hollywood's production of popular identities. London [u.a.] : Wallflower, 2005.
- Metz, Christian: The Imaginary Signifier: Psychoanalysis and the Cinema. Bloomington and Indianapolis : Indiana University Press. 1982.
- Mulvey, Laura: Visual and other pleasures. Bloomington [u.a.] : Indiana Univ. Press, 1996.
- Nadoolman Landis, Deborah: Dressed: A Century of Hollywood Costume Design. New York : HarperCollins Publishers, 2007.
- o. A. <http://costumedesignersguild.com/about-cdg/overview-history/>, Zugriff: 05.05.2012
- Paletschek, Sylvia: Kinder – Küche – Kirche. In: Etienne, Francois (Hg.): Deutsche Erinnerungsorte. Bd.2. München : Beck, 2001, S. 419 – 433.
- Pion, Michel / Elisabeth Roudinesco: Wörterbuch der Psychoanalyse: Namen, Länder, Werke, Begriffe. Wien [u.a.] : Springer, 2004.
- Ponkie, Der Mensch ist, was er anhat...besonders in Hollywood. In: Engelmeier, Regine [Hrsg.] / Peter W. Engelmeier: Film und Mode, Mode im Film. München : Prestel, 1990, S. 26-29
- Reichert, Holger: Film und Kino: Die Maschinerie des Sehens; die Suche nach dem Ort des Betrachters in der filmtheoretischen Diskussion. Wien : Dipl., 1993. <http://www.univie.ac.at/ims/reichert/dipl/Diplom06.htm> Zugriff: 10.05.2012
- Rosenbaum, Jonathan: Goodbye Cinema, Hello Cinephillia: Film Culture in Transition. Chicago : University of Chicago Press, 2010.
- Röwekamp, Burkhard: Hollywood. Köln : DuMont, 2003.
- Shindler, Colin: Hollywood in Crisis. Cinema and American Society 1929 – 1939. London : Routledge, 1996.
- Stacey, Jackie: Star Gazing. Hollywood Cinema and female spectatorship. London : Routledge, 1994.
- Stalder, Erika: Fashion 101: A Crash Course in Clothing. San Francisco : Zest Books, 2008.
- Völkel, Anika: Die Modezeitschrift. Vom "Journal des Luxus und der Moden" zu "Brigitte" und "Elle". Hamburg : Dr. Kovač, 2006.
- Wilson, Elizabeth: Adorned in Dreams. Fashion and Modernity. London : Virago, 1985.

10 Abbildungsverzeichnis

- Abb. 1 : Brown, Kelly R.: Florence Lawrence, the Biograph girl. America's first movie star. Jefferson, NC [u.a.] : McFarland, 1999, S. 111
- Abb. 2 : Brown, Kelly R.: Florence Lawrence, the Biograph girl. America's first movie star. Jefferson, NC [u.a.] : McFarland, 1999, S. 11
- Abb. 3 : Berry, Sarah: Screen Style. Fashion and Femininity in 1930s Hollywood. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2000, S. 18
- Abb. 4 : Berry, Sarah: Screen Style. Fashion and Femininity in 1930s Hollywood. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2000, S. 20
- Abb. 5 : Loschek, Ingrid: Mode im 20. Jahrhundert. Eine Kulturgeschichte unserer Zeit. München : Bruckmann, 1978, S. 58
- Abb. 6 : Loschek, Ingrid: Mode im 20. Jahrhundert. Eine Kulturgeschichte unserer Zeit. München : Bruckmann, 1978, S. 73
- Abb. 7 : Loschek, Ingrid: Mode im 20. Jahrhundert. Eine Kulturgeschichte unserer Zeit. München : Bruckmann, 1978, S. 127
- Abb. 8 : Berry, Sarah: Screen Style. Fashion and Femininity in 1930s Hollywood. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2000, S. 90
- Abb. 9 : Loschek, Ingrid: Mode im 20. Jahrhundert. Eine Kulturgeschichte unserer Zeit. München : Bruckmann, 1978, S. 161
- Abb. 10 : Nadoolman Landis, Deborah: Dressed: A Century of Hollywood Costume Design. New York : HarperCollins Publishers, 2007, S. 163
- Abb. 11 : Nadoolman Landis, Deborah: Dressed: A Century of Hollywood Costume Design. New York : HarperCollins Publishers, 2007, S. 100
- Abb. 12 : Gone with the wind. Regie: Victor Fleming. USA: Warner Bros, 1939. Fassung: DVD Video. Ffm: Warner Home Video, 2000, 130'.
- Abb. 13 : Nadoolman Landis, Deborah: Dressed: A Century of Hollywood Costume Design. New York : HarperCollins Publishers, 2007, S. 132f
- Abb. 14 : Berry, Sarah: Screen Style. Fashion and Femininity in 1930s Hollywood. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2000, S. 146
- Abb. 15 : Berry, Sarah: Screen Style. Fashion and Femininity in 1930s Hollywood. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2000, S. 158

- Abb. 16 : <http://www.imdb.com/name/nm0000043/>, Zugriff: 23.09.2012
- Abb. 17 : Berry, Sarah: Screen Style. Fashion and Femininity in 1930s Hollywood. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2000, S. 31
- Abb. 18 : Saturday Evening Post 4.2. 1922
<http://www.saturdayeveningpost.com/2009/07/25/art-entertainment/art-and-artists/ellen-pyle.html/attachment/9220204> (Zugriff: 24.06.2012)
- Abb. 19 : Loschek, Ingrid: Mode im 20. Jahrhundert. Eine Kulturgeschichte unserer Zeit. München : Bruckmann, 1978, S. 43
- Abb. 20 : Berry, Sarah: Screen Style. Fashion and Femininity in 1930s Hollywood. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2000, S. 155
- Abb. 21 : "College Girls in Men's Clothing," Life 9 (Sept. 30, 1940): S. 40-42
- Abb. 22 : Berry, Sarah: Screen Style. Fashion and Femininity in 1930s Hollywood. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2000, S. 38
- Abb. 23 : The Wizard of Oz. Regie: Victor Fleming/Richard Thorpe/King Vidor. USA: MGM, 1939. Fassung: DVD Video. Ffm: Warner Home Video, 2000, 30'.
- Abb. 24 : Nadoolman Landis, Deborah: Dressed: A Century of Hollywood Costume Design. New York : HarperCollins Publishers, 2007, S. 130
- Abb. 25 : The Women. Regie: George Cukor. USA: MGM, 1939. Fassung: DVD Video. Ffm: MGM, ROK, 39'.
- Abb. 26 : The Women. Regie: George Cukor. USA: MGM, 1939. Fassung: DVD Video. Ffm: Warner Home Video, 2002, 40'.
- Abb. 27 : The Women. Regie: George Cukor. USA: MGM, 1939. Fassung: DVD Video. Ffm: Warner Home Video, 2002, 13'.
- Abb. 28 : The Women. Regie: George Cukor. USA: MGM, 1939. Fassung: DVD Video. Ffm: Warner Home Video, 2002, 56'.
- Abb. 29 : The Women. Regie: George Cukor. USA: MGM, 1939. Fassung: DVD Video. Ffm: Warner Home Video, 2002, 113'.
- Abb. 30 : The Women. Regie: George Cukor. USA: MGM, 1939. Fassung: DVD Video. Ffm: Warner Home Video, 2002, 38'.
- Abb. 31 : The Women. Regie: George Cukor. USA: MGM, 1939. Fassung: DVD Video. Ffm: Warner Home Video, 2002, 44'.

- Abb. 32 : The Women. Regie: George Cukor. USA: MGM, 1939. Fassung: DVD Video. Ffm: Warner Home Video, 2002, 57'.
- Abb. 33 : The Women. Regie: George Cukor. USA: MGM, 1939. Fassung: DVD Video. Ffm: Warner Home Video, 2002, 59'.
- Abb. 34 : The Women. Regie: George Cukor. USA: MGM, 1939. Fassung: DVD Video. Ffm: Warner Home Video, 2002, 44'.
- Abb. 35 : The Women. Regie: George Cukor. USA: MGM, 1939. Fassung: DVD Video. Ffm: Warner Home Video, 2002, 44'.
- Abb. 36 : The Women. Regie: George Cukor. USA: MGM, 1939. Fassung: DVD Video. Ffm: Warner Home Video, 2002, 45'.
- Abb. 37 : The Women. Regie: George Cukor. USA: MGM, 1939. Fassung: DVD Video. Ffm: Warner Home Video, 2002, 61'.
- Abb. 38 : The Women. Regie: George Cukor. USA: MGM, 1939. Fassung: DVD Video. Ffm: Warner Home Video, 2002, 62'.
- Abb. 39 : The Women. Regie: George Cukor. USA: MGM, 1939. Fassung: DVD Video. Ffm: Warner Home Video, 2002, 82'.
- Abb. 40 : The Women. Regie: George Cukor. USA: MGM, 1939. Fassung: DVD Video. Ffm: Warner Home Video, 2002, 89'.
- Abb. 41 : The Women. Regie: George Cukor. USA: MGM, 1939. Fassung: DVD Video. Ffm: Warner Home Video, 2002, 92'.
- Abb. 42 : The Women. Regie: George Cukor. USA: MGM, 1939. Fassung: DVD Video. Ffm: Warner Home Video, 2002, 108'.
- Abb. 43 : The Women. Regie: George Cukor. USA: MGM, 1939. Fassung: DVD Video. Ffm: Warner Home Video, 2002, 117'.
- Abb. 44 : The Women. Regie: George Cukor. USA: MGM, 1939. Fassung: DVD Video. Ffm: Warner Home Video, 2002, 130'.
- Abb. 45 : The Women. Regie: George Cukor. USA: MGM, 1939. Fassung: DVD Video. Ffm: Warner Home Video, 2002, 131'.
- Abb. 46 : The Women. Regie: George Cukor. USA: MGM, 1939. Fassung: DVD Video. Ffm: Warner Home Video, 2002, 125'.
- Abb. 47 : The Women. Regie: George Cukor. USA: MGM, 1939. Fassung: DVD Video. Ffm: Warner Home Video, 2002, 36'.

- Abb. 48 : The Women. Regie: George Cukor. USA: MGM, 1939. Fassung: DVD Video. Ffm: Warner Home Video, 2002, 132'.

11 Abstract

Die vorliegende Diplomarbeit beschäftigt sich mit dem Thema des Filmkostüms und seiner Funktion in der Gesellschaft. Der Schwerpunkt wird auf das Mainstream-Kino des frühen Hollywood Films, in der Zeit der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts, gelegt. Die Recherche wurden mit besonderer Aufmerksamkeit auf die Bedeutung des Filmkostüms und die Rolle des Kostümdesigners in dieser Zeit geführt. Das Forschungsinteresse meiner Diplomarbeit war die Fragen zu beantworten, welche Funktion das Filmkostüm im Film und in der jeweiligen gesellschaftlichen Situation gespielt hat und welchen Einfluss das Filmkostüm auf die ZuschauerInnen hatte. Dabei werden Star Studies und die Begriffe Star und Star System betrachtet. Der Einfluss der Stars wird anhand der Theorie der Identifizierung von Freud sowie der Theorie des Spiegelstadiums von Lacan geforscht. Die Zuschauerinnen der frühen Hollywood Filmen, die sich mit Stars identifiziert hatten, und ihre Position in der Gesellschaft, die sich auch mit der Hilfe des Films entwickelt hat, stehen im Zentrum bei der Beantwortung dieser Forschungsfragen, die herausgearbeitet wurden. Diese werden mit der Unterstützung einer ausführlichen Literaturrecherche sowie der Analyse des Filmbeispiels und der recherchierten Theorien und Begriffe zu einer resultierenden Beantwortung der Fragen geführt.

12 Lebenslauf

Nachname: Budzaková

Vorname: Barbora

Geburtstag: 24.02.1988

Geburtsort: Bratislava

Wohnort: Bratislava

Staatsbürgerschaft: slowakisch

Ausbildung

1998 – 2001 Gymnasium Bilíkova 24, Bratislava, Slowakei

2001 – 2004 Bilinguales Oberstufenrealgymnasium Komensky, Sebastianplatz 3,
1030 Wien

2004 – 2005 Ashbury College, 362 Mariposa Ave, Ottawa, Kanada

2005 – 2006 Bilinguales Oberstufenrealgymnasium Komensky, Sebastianplatz 3,
1030 Wien

Matura: 8. Juni 2006 (mit ausgezeichnetem Erfolg)

2006 – 2012 Studium der Theater-, Film- und Medienwissenschaft an der
Universität Wien