Ist alles eitel?

Zur Kulturgeschichte deutschsprachiger Modejournale zwischen Aufklärung und Zerstreuung. (1750–1950)

Seit rund 250 Jahren gehören Modejournale zu den populärsten publizistischen Produkten. Ihre Anfänge reichen in die Zeit der Spät- und Volksaufklärung zurück. Während „Moralische Wochenblätter“ Tugend und Herzensbildung als wichtigste Ziele weiblicher Erziehung proklamierten, schulten das Weimarer „Journal des Luxus und der Moden“ (1786–1827) und seine Nachfolger den guten Geschmack des erstarkenden Bürgertums. Buch- und Theaterrezensionen, Kunst- und Musikkritiken, aber auch Empfehlungen für Inneneinrichtung, Gartengestaltung, neue Tänze und Badereisen oder kulinarische Sensationen vervollständigten die modische Belehrung.

Im 19. Jahrhundert wurde die Beschäftigung mit Mode fast ganz an die Dame abgetreten. Die Modezeitschrift, die zunächst beide Geschlechter angesprochen hatte, wurde zur Frauenzeitschrift. Im Nationalsozialismus wurde die identitätsstiftende Wirkung einer „deutschen“ Mode in linientreuen Blättern diskutiert, die Leserin erhielt Einweisung in ihre Rolle als Frau und Mutter. Nach dem Zweiten Weltkrieg dienten Modezeitschriften in erster Linie dazu, deutschen Frauen neue Orientierung zu bieten.

Die Studie widmet sich vor allem den kultur- und literaturgeschichtlichen Aspekten dieses Mediums sowie den Konstruktionen weiblicher Ideale.

VDG Weimar
1. Auflage 2006
Band 0
Softcover
300 Seiten
41 Abbildungen
Buchausgabe (D): 28,00 €
ISBN: 978-3-89739-539-8
eBook (PDF): 28,00 €
Download: http://dx.doi.org/10.1466/20070327.37