

KISS BOGLÁRKA ERZSÉBET

AZ ÖTVENES ÉVEK HOLLYWOODJA, MOZGÓKÉPEKEN



■ Az ötvenes években az Amerikai Egyesült Államokban a szexet az emberi lét problémáinak a megoldásaként definiálták. A meztelenség, a csupasz test, a civilizáción kívüli létmód egyre gyakrabban jelent meg a kultúra termékeiben. Ledőltek a tabuk, explicitebbekké váltak a filmek. Ez a kezdetben underground mozikra jellemző ábrázolásmód a hollywoodi mainstream filmekbe is beszivárgott. A családi mozik mellett megjelentek a kizárólag felnőtt nézőket megcélzó filmek, explicit erotikus jelenetekkel megtűzdelve. Így tehát kijelenthetjük, hogy a korabeli filmképeken megjelenő női test nem más, mint a szex képe. A fenti fejlemény az ötvenes évek Hollywoodjában elkerülhetetlen volt, mivel a háború a filmgyártásra is keményen rányomta a bélyegét. A trösztellenes törvények komolyan befolyásolták a monopoll helyzetben lévő stúdiókat.

A moziba járók száma drasztikusan csökkent, míg 1946-ban 82 millió nézőt számláltak, ez a szám 1950-re 36 millióra esett vissza, és nem állt meg a zuhanásban.¹

A végső csapást azonban a televízió jelentette a hollywoodi stúdiók számára.

Megjelentek a kisebb produkciós cégek, több filmes megalakította a saját kis stúdióját, az általában gyártott filmek bemutatásáról pedig a nagy cégekkel tárgyaltak. 1956-ban körülbelül 150 film készült a nagy stúdiókon kívül. Mivel a nagyok lemondtak a B-szériás filmek, a rövidfilmek és a filmhíradók gyártásáról, az ezek által lefedetlen kísérletezési lehetőség a kis cégekre maradt. A független producerek pedig nem sajnálták az energiát, hogy olyan filmeket gyártsanak, amelyekkel

A fehér bőrű és ráadásul szőke hajú nő a fehér férfi legnagyobb értékét jelenti.

visszahódíthatják a közönséget a mozitermekbe, tabukat lepleztek le, erotikus filmeket készítettek, kísérleteztek.

Ezzel szemben a nagy stúdiók az innovatív megoldások helyett látványos, színes, szélesvásznú produkciókat gyártottak, így legalább képileg fel tudták venni a versenyt az ötvenes években még fekete-fehér televízióval. Több kísérlet született arra, hogy még vonzóbbá tegyék a filmeket a közönség számára, így született meg a Smell-O-Vision és az AromaRama, amelyek az illatos mozival próbálkoztak, de létrejöttek a háromdimenziós filmek is, majdnem minden műfajban. A színes filmek száma rohamosan nőtt az ötvenes évek folyamán. 1952-ben 115, 1953-ban 163, míg 1956-ban már 170 színes film készült.² A hatvanas évekre azonban az Amerikai Egyesült Államokban már elterjedt a színes televízió, és ez a versenyfelület is lezárult. Egyetlen megoldásként az együttműködés mutatkozott lehetségesnek, a stúdiók csatornákat vettek, eladták a filmek jogait. Az Oscar-díjat 1927-ben kezdték el átadni az arra érdemes produkciónak készítőinek, viszont 1952-ben a televízió is közvetíteni kezdte az eseményt, ekkor jöttek rá, a díjkiosztónak akkora nézettsége van, hogy amely filmek díjat kapnak a gálán, hatalmas nyereségre számíthatnak a jegypénztáraknál.³

A stúdióknak muszáj volt biztosra menniük, hiszen egy ilyen szuperprodukcióba rengeteg pénzt fektettek, így születtek meg az ötvenes években a nagy filmepozsok, mint a *David and Bathsheba* (1951), a *Quo Vadis* (1951), a *The Greatest Show On Earth* (1952), *From Here to Eternity* (1953), *Around the World in 80 Days* (1956), *The Bridge on The River Kwai* (1957) és a *Ben Hur* (1959).

A szórakoztató látványra épülő filmekkel megerősödött a sztárrendszer. A kényeszer, hogy sikeres filmeket készítsenek, magával vonta a sztárok szerepeltetését a stúdiók által kibocsátott filmekben. A sztár is biztosíték volt arra, hogy több nézőt vonz majd be a film a vetítőtermekbe, és annak érdekében, hogy a filmcsillag minél vonzóbb legyen, megfelelő technikai háttérrel kellett biztosítani: színes filmet szélesvásznon. Több, a színes technikával foglalkozó cég fejlődésnek indult, de a vezető helyet a Technicolor foglalta el. A kisebb cégek jelenléte, mint például a Cinecolor vagy a Truecolor azonban arra engedett következtetni, hogy a piac megnyílt. A Technicolor képminőségével nem versenyezhettek, de a kisebb, független produkciós irodák velük dolgoztak. A hatvanas évekre a Technicolor már csak egy volt a többi lehetőség közül.⁴

Amíg a televízió fekete-fehér volt, addig még Hollywoodban is gyártottak fekete-fehér képeket, de a hatvanas években ez már elképzelhetetlen volt.

A másik lényeges tényező, ami az ötvenes években alakult ki, és fontos szerepe van a sztárrendszerben, a szélesvászon technikája. A technikával már a húszas években is próbálkoztak (a Fox stúdió a Magnascope-pal), de az igazi áttörést ez az évtized hozta meg. Az eljárás a technikai apparátus miatt igen költségesnek bizonyult. Különleges felvevő- és vetítógépre volt szükség, külön vásznakot kellett felszerelni a mozikban, ezt nem mindenki engedhette meg magának. Brian O' Brian azonban megalkotta a szélesvásznú kamerát 4 lencsével, ez egyben vetítőként is szolgált. Végül a Panavision fejlesztette ki és standardizálta a technikát. Speciális lencseegyüttesükkel kiküszöbölték a szélesvásznú felvevők addigi hibáit (perspektíva, közelek).⁵ Így a sztárok még tündöklőbbek lehettek a hatalmas vásznakon.

Mindegyik stúdiónak megvoltak a maga sztárjai, akiket reklámozni kellett, nemcsak a filmekben, hanem – hogy ezek sikerét elősegítsék – a napilapokban, magazinokban, rádióban, televízióban. Christine Gledhill a *Stardom: Industry of Desire*⁶ című könyvében olvashatunk egy tanulmányt arról, hogyan alakították a sztárok imázsát. A népszerűsítési módszerek minden médiumot lefedtek, és a legegyszerűbb és leghatásosabb módnak a sztereotipizálás bizonyult. A tanulmányban Thomas Harris Grace Kelly és Marilyn Monroe alakjára és képére tér ki. Az ötvenes évek két

fontos színésznője két teljesen különböző jellemnek volt a szimbóluma, érdekes módon a sztereotipizálás folyamatának a lépcsői ugyanazok voltak. Grace Kelly a „hölgy”, míg Monroe a „lány” figuráját testesítette meg. A népszerűsítés technikája megegyezik a két színésznő esetében, de az eljárást nemcsak náluk használták, hanem minden sztárnál, minden kidolgozandó karakternél.

A Grace-ről szóló híreket, információkat főként nőknek szóló magazinokban, folyóiratokban találjuk meg, a *Cosmopolitan*, a *Vogue*, a *Mademoiselle*, a *Good Housekeeping*, a *The Ladies Home Journal* közöl róla cikkeket. Lélegzetelállító ruháiról, romantikus szerelmi életéről, sikereiről olvashatnak a nők: arról, hogy férjhez ment a monacói herceghez, és természetesen hírt adtak gyermekük születéséről is. Grace Kelly a tökéletes társ volt a férfiak számára, és követni való példa minden nőnek, aki az ötvenes évek normái szerint akart élni.

A férfisztárok tinimagazinoknak adtak interjúkat arról, hogy ők hogyan képzelik el a tökéletes randevút, mivel szeretnek foglalkozni szabadidejükben, milyennek kell lennie egy lánynak, hogy elnyerje a tetszésüket. A mozis folyóiratok tele voltak ilyen címekkel, mint a *The Tale of Two Legend*, *The Girl I Go For*, *Dating Advices*, *Bobby Vee Talks About Love*, *Hot Movie Star Fashion*. Minden a párválasztás és a házasság körül forgott. A lányok megismerhették a folyóiratokból a tökéletes férfiakat, megtanulták, hogy meg kell őket szerezni, és tippeket kaptak, hogyan kell a csábítást véghezvinni. Posztereket, fényképeket tehettek ki a falaikra, hogy emlékezzenek, ők a férfiak, akiket be kell cserkészni. A női magazinok megtanították a nőket, hogyan sminkeljék magukat, mibe öltözzenek, hogy sikeresek legyenek, hogy beváltsák álmaikat, vágyaikat, melyeket többek között a filmekben hoztak létre nekik. Legyenek szép hölgyek, jó feleségek és kitartó, gondos anyák.

A férfiak is kaptak sztárokat, képeket, testeket, nőket, akikért epedezhettek. Thomas Harris tanulmányából tudhatjuk, hogy Grace Kellyvel ellentétben Marilyn elsősorban a férfiaknak szóló magazinokban szerepeltették, az ideális társ helyett ő az ideális játszótárs szimbólumává vált. Amíg Grace a hölgyeket, addig Monroe a lányokat képviselte, fotómodell volt, címlap-lány.⁷ A Fox stúdió ki is adta a róla készült aktnaptárt, amely az 1953-ban debütáló *Playboy* férfimagazin első számában is szerepelt, de a *Playboyon* kívül Marilyn gyakran szerepelt az *Esquire* és a *Coronet* című magazinokban is. A szex szimbólumává vált, mintha a normális család hiánya mentesítette volna őt a jó kislány szerepkör alól, és legalizálta volna testének explicitebb megmutatását.

A róla megjelenő hírek szerelmi, családi életére vonatkoztak, válásait és házasságkötéseit tárgyalták, koreai fellépéséről informáltak. Monroe alakja valójában annak az ideálnak a szimbóluma volt, aki boldogan kiszolgált a férfiakat, teste és tettei (legalábbis azok, amelyek a filmekben és a médiában megjelentek) egyaránt ezt támasztották alá. Richard Dyer⁸ *Monroe and sexuality* című tanulmányában írja, hogy Marilyn és a *Playboy* együttes ígérete a következő: leveszik a férfiak válláról azt a terhet, hogy a nőket ki kell elégíteni, biztonságos, gond nélküli szexet ígérve. Tulajdonképpen Monroe és képei testesítik meg a magazin filozófiáját, ami kultúra, civilizáció és a Rousseau értelmében erintetlen, fehér bőrű szőkét ajándékoz minden



férfinak. Dyernél olvashatjuk azt is, hogy a forma, amit Monroe megtestesít, ott él a kultúrában.

A fehér bőrű és ráadásul szőke hajú nő a fehér férfi legnagyobb értékét jelenti. Az, hogy magáénak mondhat egy ilyen nőt, kiváltja bármely rossz tagjának elismerését és irigységét. A „Fehér istennő” képe számos kultúrában fellelhető.

A szőkeség (főként a platina) pedig a „fehérség” lehangsúlyosabb jele, gyakran asszociálják a jóléttel, gazdagsággal, és párhuzamba állítják az arannyal és ékszerekkel, állítja Dyer. Bertrand Meyer-Stambley Monroe-ról írt életrajzi könyvében olvashatjuk Marilyn és Elia Kazan viszonyáról: „Kazan nem volt magas férfi, de akkor, Marilyn oldalán legalább háromméteresnek tűnt. Marilyn gyűjteménybe illő darab volt. A férfiak számára ez presztízskérdés.”⁹

Marilynnek a filmvászonon kívül folyó élete is annyira összemosódott a szerepeivel, hogy ugyanazt a képet erősítette. A sztereotipizálás, a folyamatos információcsere a közönséggel (magazinok, napilapok, rádió, televízió) és ennek az információnak a folytonos ismétlése olyannyira bevált, hogy a sztár – jelen esetben Marilyn Monroe



– alakjáról, testéről mindenki tudta, hogy mit jelképez. Az élethelyzetek, amelyekbe keveredett, viharos kapcsolatai, a fényképek, amik és ahol megjelentek, mind arra voltak hivatottak, hogy ugyanazt hangsúlyozzák: Marilyn Monroe sztár, a testiség szimbóluma. Hogy pontosan mit is jelenthetett alakja az ötvenes években, az Amerikai Egyesült Államokban, azt a következő két vélemény is tükrözi: „Az ötvenes évek kitalációja volt, annak a hazugsága, hogy a nőnek nincsen szexuális igénye, és csak azért létezik, hogy táplálja őt és kielégítse a férfi szükségleteit” – olvashatjuk Marilynről Molly Haskellnél.¹⁰ Annak ellenére, hogy ez feminista álláspont, hasonlót találunk Norman Mailer Monroe-ról szóló életrajzi regényében: „Ő volt a mi angyalkánk, a szex édes angyala, s úgy áradt belőle a szex mézes édessége, mint egy mesterhegedűből a hang. [...] Marilyn azt sugallta, hogy legyen bár gyötrő és veszedelmes a szex másokkal, ővele merő fagyaltnyalogatás. Ha gusztusod, mint az övé, istenem, de szép s milyen édes lehet az a testpuha álom, amit veled megosztana.”¹¹

Rendszerint énekesnőt, színésznőt, titkárnőt, kóristalányt, modellt alakított. Mindegyik munkakörben fontos szerepe van a testnek. Egy színésznő vagy egy modell bármikor megmutathatja bájait, anélkül hogy szemérmeskednie kellene. Munkája az, hogy előkészítse magát arra, hogy nézzék, a néző pedig tanúja ennek az előkészítési folyamatnak is (például sokszor látunk öltözőben zajló jeleneteket, melyek nem szolgálnak mást, csak hogy a test igazán jól láthatóvá váljék). A világ legtermészetesebb dolgaként kerül tehát a test és ezzel együtt a szex a képre. Ezek a feministák és maga Monroe által is sokat kárhoztatott pózok absztrahálták és tették időtlené az alakját. Marilyn saját bevallása szerint szerette volna kipróbálni magát más műfajokban is, de miután saját vállalata lett, filmjeiből ezután sem tűntek el a fent említett karakterek, és nagyjából a műfajokhoz is hű maradt. A szerepek bejáratása, a folyamatos ismétlés által kialakulnak bizonyos sztereotípiák, azok, amelyekről a fenti idézetekben is olvashatunk.

A műviség, amely a társadalmi életre volt jellemző, a sablonok és normák szerinti életmód, a meghatározott szerepek elfoglalása tehát ugyanúgy működött a mozi-vászonon, mint a valóságban. A nők megkapták a mintákat, a követendő példaként

felállított színésznőket, akik a vászonról és a magazinok hasábjairól is ugyanazt az üzenetet közvetítették: legyetek igazi nők, feleségek, anyák. A férfiak pedig megkapták a tökéletes nő képét, aki kiszolgálja őket, felnéz rájuk, és lesi minden gondolatukat. A tanítás bevált, mindenki úgy akart viselkedni, ahogyan a sztárok, olyan életet élni, mint ők, de ha ez nem is volt lehetséges, megelégedtek annyival, amivel lehetett. A divattippekkel, etikett-tanácsokkal és a fogyasztói társadalom által felkínált javakkal: ruhákkal, ékszerekkel, divatos frizurákkal. A filmek valósággá tették, hogy a nő az, amit hord, tehát jól kell kinéznie.¹² Egy nő öltözéke feltétlenül meg kell feleljen a divat szabályainak (F .C. fashionably correct), ha nem idomul megfelelően az elvárásokhoz és a felmutatott példákhoz, akkor természetesen lehetetlenné válik számára a sikeres párválasztás és a szerelmi élet. Egy nőnek mindig tökéletesen kell kinéznie, amikor találkozik élete férjével, ha nem néz ki jól, evidens módon nem is gondolkodhat megfelelően.¹³

A divat volt az, amihez az emberek a valóságban is hozzájuthattak, egy darabka a filmek, a káprázat világából. Amikor erre Hollywood rájött, úgy szórta a csillogó sztárokat, a káprázatos ruhákat, hogy mindenki olyan F. C. akart lenni, mint a filmekben szereplő színészek. A színes filmekben és a szélesvásznos színésznők úgy vonultak fel, akár egy divatbemutatón. Minden jelenetnek, minden tevékenységnek megvolt a maga viselete, egyenruhája. A tökéletesített közelikben pedig nemcsak a frizura formája, de a smink is pontosan látszottak. Amit egyszer a testtel lehetett művelni, hogy szebb legyen, divatosabb, az mind ott volt ezekben a szuperprodukciókban, az üzletekben pedig mindezeknek az olcsóbb utánpótlásai, hogy mindenki megvásárolhassa őket.

A nők ruhája a filmvásznos több mindenre kiterjedő eszközként működött. Megtanította a nőket arra, hogy megfelelő ruha nélkül nem lehetséges az összhang, és szükséges a beilleszkedéshez is. Kihangsúlyozta a nők szerepét szexuális tárgyként vagy szexuális partnerekként. Ezenkívül felvonultatta, közszemlére tette az ötvenes évek amerikai társadalmának javait, amelyekre a néző is szert tehetett. Az pedig, hogy milyen közegben használták ezeket a kreációkat (sízés, lovaglás, teadélután, korszolyázás, úszás), felmutatta a közönségnek azokat a képeket, melyek példaként működtek. A nők ötleteket kaptak, hogyan töltsék idejüket, mire használják fel energiájukat, hogyan határozzák meg önmagukat. A filmek a nők társadalmi intelligenciájának fokmérőjeként kezdték el használni a divatot, az, hogy ki mennyire volt csinos, trendi, azt jelentette, hogy mennyire okos, hogyan tudja menedzselni magát.

A *How to Marry a Millionaire*¹⁴ című filmben annak kapcsán vizsgáljuk Marilyn Monroe és általában a női test reprezentációját, hogy mennyire hat rá a kor két fontos sematizáló tényezője: a divat és a pin-up hagyomány, és hogy ez miként fonódik össze a lányok/nők társadalomban kijelölt helyével.

Ahogy már említettük, a legideálisabb a divatos viseletek hangsúlyos használatára az, ha énekesnők, színésznők vagy modellek hordják őket. Ennek a filmnek az esetében ez áll fenn. A főcím is árulkodó a film egészére nézve. Félrehúzódik a függöny, és elindul a bemutató, a testek és mindenekelőtt a ruhák bemutatója, ez vizuális analógiája a filmbe beékelte divatbemutatón látható drapériának, ahonnan előjönnek, és amely előtt pózolnak a ruhákat bemutató topmodellek. Ugyanez a függöny zárul be a történet végén, amelyre rákerül a „vége” felirat, mint a nap végén bezáruló kirakatok üvegére a „zárva” szó. A film a „fashionably correctness” jegyében folyik és kezeli a színészeket. A testek és a felvett pozíciók, mozdulatok és gesztusrendszer mind a Vargas Girlök világát idézi. A három színésznő közül egyik barna, a másik kettő platinaszőke, és magukon viselik a buta szőke színésznők jellemvonásait. Minden tevékenységnek megvan a saját viselete, erre utal a filmbe konkrétan is beiktatott divatbemutató-jelenet, amelyben minden alkalomra kínálnak megfelelő

ruhát: fürdéshez, kiránduláshoz, kivételes alkalomra. A konkrét részleten kívül a film azt is közvetíti, hogy melyek a legmegfelelőbb ruhadarabok otthonra, fogadásokra, síeléshez, sétához és utazáshoz. Természetesen minden ruha rendelkezik megfelelő kiegészítőkkal, ezzel is erősítve a tényt, hogy a nőnek mindig tökéletesen kell kinéznie, ha jön a nagy Ő, másképp nem is lehet szerencsés a párkapcsolatban.



Erre utal az a filmben elhangzó párbeszéd, amelyből megtudjuk, hogy mi kell egy gazdag férfi megszerzéséhez; ez az egyik lány szerint a legintelligensebb dolog a világon: „elsőosztályú ruha, elsőosztályú háttér, elsőosztályú karakter.” A már említett divatbemutató-jelenetben figyelhetjük meg legjobban a naptárakon látható lányok figuráit, alakját, kellekeit, ilyenek a Marilyn Monroe által viselt gyémántok és a vörös fürdőruha, mely egyértelműen idézi korábbi szerepét a *Gentlemen Prefer Blondes* című filmből (gyémántok) és a *Golden Dream* fotósorozat (vörös szín és testtartás).



Az ő alakja építi be a leginkább a róla készült pin-upok elemeit a karakterébe, és a többi lánnyal összehasonlítva az ő testéből látunk a legtöbbet. Viszont nemcsak Pola idézi be Vargas nőitípusait, hanem a bemutatóban részt vevő többi lány is, a ki-

egészítő kellékek és a pózok szintjén. Ilyen kiegészítő a hatalmas szalmakalap vagy a magas sarkú cipő.

Eltekintve ettől a sokat említett jelenettől, a film egészével kapcsolatban az az érzésünk, hogy a szereplők kirakathábuk, és mi végig egy üzlet vitrinjén nézünk be, hogy meglessük a legújabb trendet. Ezt erősítik a kamera által kiválasztott nézőpontok és a szituációk is. A kamera szemszöge sosem ránt be a cselekménybe, nem enged azonosulni egyik szereplővel sem igazán, távol marad tőlük, nem használ szubjektív nézőpontokat, egy külső szemszögből figyelünk ebben a világban. Ez a legideálisabb helyzet a testek és ruhák láttatására. Így figyelhetjük meg legjobban a Monroe által viselt fehér köntöst, a Locón látható királykék Dior-ruhát vagy Schatze fehér ingét. A jelenet, amikor a fogadáson csinosítják magukat a szereplők, egy próbafülke ruhapróbájára hasonlít: megfigyelhetjük Schatze prémmel szegélyezett zöld alkalmi ruháját, Loco rózsaszín habos ruhakölteményét, Monroe testén pedig, a tükörben megsokszorozva, egy lila szaténruhát csodálhatunk meg. A film kulcsjelenete, az esküvő is egy ruhabemutatóhoz hasonlít, a menyasszony végigvonul a színen mélyen dekoltált fehér csipkeruhájában, a kamera pedig úgy követi az eseményt, hogy a menyasszony és vele egyszerre a ruhája is minden oldalról, illetve hátulról is megtekinthető legyen. A lakásban található tárgyak, bútorok mind a legújabb divatot követik, értéket képviselnek, pénzt jelentenek a lányok számára, de amikor ezekről lemondanak, csak egy dolog marad, amit megtartanak, amiről akkor sem mondanak le, ha már tényleg eladósodtak: ez nem más, mint a divathoz való hűség, a szép ruhák és az ezzel járó kellékek, külsőségek. Ily módon válik kötelezővé a divatos ruha, a megfelelő parfüm és testtartás, amelyekkel Schatze szereli fel magát, még mielőtt beleszorulna vőlegénye karjaiba.



Ha ezekről is lemondának, azt jelentené, megtagadják nemüket, női mivoltukat, és eldobják maguktól az esélyt, hogy megtalálják az igazit, aki Mr. Cadillac, Rockefeller, Brookman Building vagy Dallas Texas nevet visel, mindenképpen olyat, amely jelöli, hogy mennyi pénz van a bankszámláján. Az egy másik Monroe-filmben már említett mondás tehát fordítva is igaz: ha egy férfi gazdag, az olyan, mint amikor egy nő szép.

A film tehát nem arról szól, hogy mennyire illik egy kesztyű egy cipőhöz vagy egy kalaphoz, a divat mondhatni élet-halál kérdése, ahogyan Jeanine Basinger¹⁵ is megfogalmazza, az ötvenes évek Hollywoodjában ezeknek a nőknek az, hogy mit vesznek fel, egyetlen volt azzal, amit csináltak, ugyanolyan fontossá váltak a ruhák, mint a cselekedetek. Ezeket a ruhákat divattervezők dolgozták, a színésznők kézzel festett cipőket, egyedi tervezésű ruhákat hordtak, a teljes öltözethez pedig minden

kiegészítő hozzátartozott, a kalaptűtől a fehérneműig. Mindegyik darab lenyűgöző, bámulatos, a színek, a formák és az anyagok kavalkádja, a csillogás jelképe. A ruhákkal együtt pedig a smink, a bútorok, a testek és az egész életstílus eladó volt. A film egy hatalmas áruházra nyíló ablak, amelyen csak be kellett tekinteni és kiválasztani a megfelelő ruhát és testtartást, és a siker felé vezető utak megnyíltak. Pola ezért nem hord szemüveget, mert nem tartja divatosnak, ha hordana, elterelné a figyelmet az arcáról és mindenekelőtt a ruhájáról, a férfiaknál pedig így nem számíthat sikerre. A film egy poénnal oldja fel ezt a helyzetet, de végül is kétségtelen, hogy az út a szerelem és a házasság felé a néző szeme elé van tárva, ez pedig nem más, mint a kirakatok, üzletek, divatos ruhák világa. Hollywood megtanította: „Fashion counts!”¹⁶

■ JEGYZETEK

1. Douglas T Miller – Marion Nowak: *The Fifties: The Way We Really Were*. The Happy Home Corporation and Baby Factory. Doubleday, New York, 1977. 314.
2. Douglas Gomery: *Shared Pleasures: A History of Movie Presentation in the United States*. Color and Wide-Screen Images, Univ. of Wisconsin Press, United States. 1992. 237.
3. Douglas T. Miller. – Marion Nowak 1977. 324.
4. Douglas Gomery 1992. 237.
5. Douglas Gomery 1992. 244.
6. Thomas Harris– Christine Gledhill (ed.): *The Building of Popular Images*. Stardom: Industry of Desire. Routledge, USA and Canada. 1991. Thomas Harris interjúkat készített a filmek és sztárok népszerűsítéséért felelős szakemberekkel, illetve 1951 szeptembere, 1956 júniusa között kiadott magazinokban és újságokban megjelent cikkek alapján rekonstruálta a sztereotipizálás szakaszait
7. Thomas Harris – Christine Gledhill 1991. 43.
8. Richard Dyer: *Heavenly Bodies: Film Stars and society*. Monroe and Sexuality, Routledge, London, 2004. 42.
9. Bernard Meyer-Stabley: *Az igazi Marilyn Monroe*, Jászöveg Műhely Kiadó, Bp., 2004. 45.
10. Molly Haskell: *From Reverence to Rape: The Treatment of Women in the Movies*. The Fifties, The University of Chicago Press, Chicago & London.,1987. 235.
11. Norman Mailer: *Marilyn*. Corvina Kiadó, Bp., 1986.15
12. Jeanine Basinger: *A Woman's View: How Hollywood Spoke to Women 1930-1960*. Wesleyan University Press, Middletown, Connecticut.,1995. 115.
13. Jeanine Basinger 1995. 114.
14. 1953, *How To Marry a Millionaire*: rendező Jean Negulesco, forgatókönyvíró Nunnally Johnson, Zoe Akins, operatőr Joseph MacDonald, jelmeztervező Travilla, zene Alfred Newman, producer Nunnally Johnson, vágó Louis R. Loeffler, gyártó Twentieth Century-Fox Film Corporation.
15. Jeanine Basinger 1995. 116.
16. Uo.