



Universiteit Utrecht

**“Garbo-maniacs”**  
**Het *fandom* rondom**  
**Greta Garbo als *new woman***  
BA eindwerkstuk

Naam: Sophie Eggeling

Studentennummer: 5702364

Studie: Premaster film- en  
televisiewetenschap

Docente: Dr. Ansje van Beusekom

Studiejaar: 1

Blok: 4

Datum: 10.08.2016

## Inhoudsopgave

1. Inleiding .....	3
2. Hollywood aan het begin van de 20 <sup>e</sup> eeuw .....	6
2.1. Hollywoods filmindustrie in de jaren '20 en '30.....	7
2.2. <i>New Woman</i> .....	10
3. Greta Garbo in <i>Photoplay</i> .....	12
3.1. Analyse redactionele artikelen.....	13
3.2. Analyse fan mails .....	21
3.3. Samenvatting analyse .....	26
4. Conclusie.....	27
5. Samenvatting.....	30
6. Bibliografie .....	31
7. Primaire bronnen.....	33
8. Lijst van positieve en negatieve beschrijvingen .....	34

## 1. Inleiding

“HeForShe” is een UN Women solidariteitsbeweging die zich inzet voor gelijkberechtiging tussen mannen en vrouwen. Een representant hiervan is de Britse actrice en UN Women Goodwill Ambassador Emma Watson.<sup>1</sup> Naast Watson engageren zich nog andere actrices zoals Jennifer Lawrence, Patricia Arquette en Geena Davis voor gelijke rechten in Hollywood.<sup>2</sup> Dit laat zien dat bekende sterke vrouwen rolmodel voor emancipatie in Hollywood staan, een situatie die ook al in de jaren '20 bestond.

Een vrouw die al in deze tijd als voorbeeld voor onafhankelijkheid en zelfstandigheid stond, is de Zweedse actrice Greta Garbo (1905-1990). Zij was één van de grootste Hollywood sterren uit de jaren '20 en '30. De Zweedse regisseur Mauritz Stiller ontdekte haar in Zweden en nam haar in 1925 mee naar Hollywood. Daar aangekomen tekende Garbo een contract bij MGM. Haar Hollywood carrière startte met de film *THE TORRENT*, die meteen een box-office succes was.<sup>3</sup> Door haar Scandinavische achtergrond en haar zelfstandige gedrag zorgde ze voor ophef en stond ze vaak in het middelpunt van aandacht in fan magazines. Hierin stond zij niet alleen vanwege haar films, maar ook haar imago als onafhankelijke vrouw speelde een grote rol en kon rekenen op de interesse van de fans.<sup>4</sup> Dit onderzoek bekijkt daarom het *fandom* rondom filmsterren in verband met de emancipatie van de vrouw in Hollywood. De focus ligt daarbij op fan magazines uit de jaren twintig en dertig, een periode waarin de basis is gelegd voor de huidige sterrencultuur, waarin een sterke verandering in het vrouwbeeld van behouden vrouwen naar de progressieve *new woman* te zien is.<sup>5</sup> Tijdens het bladeren door het tijdschrift *Photoplay* viel op dat in de representaties van Garbo gaandeweg steeds meer kenmerken van de *new woman* te zien waren. Daarom wordt in dit onderzoek gekeken welke rol deze kenmerken in de constructie van Greta Garbo's imago spelen.

---

<sup>1</sup> “Our Mission,” HeForShe, accessed 02 May, 2016, <http://www.heforshe.org/en/our-mission>.

<sup>2</sup> David S. Cohen, “Gender Equality: Patricia Arquette’s Speech Cost Her Job,” *Variety*, accessed 26 April, 2016, <http://variety.com/2016/scene/vpage/jennifer-lawrence-patricia-arquette-equal-pay-women-dinner-for-equality-1201716149/>; Emma Watson, “Geena Davis,” *Interview Magazine*, accessed 02 May, 2016, [http://www.interviewmagazine.com/culture/geena-davis#\\_](http://www.interviewmagazine.com/culture/geena-davis#_).

<sup>3</sup> Alastair Philips and Ginette Vincendeau, “A to Z of European Actors in Hollywood Cinema,” in *Journeys of Desire: European Actors in Hollywood. A Critical Companion*, ed. Alastair Philips and Ginette Vincendeau (London: British Film Institute, 2006), 259.

<sup>4</sup> Lucy Fischer, “Greta Garbo: Fashioning a Star Image,” in *Idols of Modernity: Movie Stars of the 1920s*, ed. Patrice Petro (New Brunswick: Rutgers University Press, 2010), 141-142.

<sup>5</sup> Anthony Slide, *Inside the Hollywood Fan Magazine: A History of Star Makers, Fabricators, And Gossip Mongers* (Jackson: University Press of Mississippi, 2010), 11.; Rudi Laermans, “Learning to Consume: Early Department Stores and the Shaping of the Modern Consumer Culture (1860-1914),” *Theory, Culture & Society* 10.4 (1993): 82.; Kristin Thompson and David Bordwell, *Film History: An Introduction* (Boston: McGraw-Hill Higher Education, 2010), 130.

Door onderzoek te doen naar het fenomeen van fan magazines en *fandom* ligt het zwaartepunt van dit onderzoek op de context en niet op de filmtekst zelf. Daardoor sluit het aan bij de *new cinema history*, een concept dat voor het eerst werd gedefinieerd door de filmwetenschapper Richard Maltby. Om een volledig beeld te kunnen krijgen van de filmgeschiedenis is onderzoek naar films alleen niet genoeg en onderzoek naar de historische context, zoals omstandigheden van productie, consumptie en relaties tussen bioscopen en sociale groepen onontbeerlijk. Hij stelt daarbij dat film receptie uit meer bestaat dan het pure kijken van films. De ervaring van het publiek wordt niet alleen door de film(tekst) zelf, maar ook door andere contextuele aspecten, zoals bijvoorbeeld economische of sociale omstandigheden, beïnvloed.<sup>6</sup> Wat hierbij belangrijk is, is dat men er zich van bewust moet zijn dat het een theoretisch-methodologische aanpak is. Aan de ene kant is het een paradigma dat zegt dat de ervaringen van het publiek door verschillende aspecten beïnvloed worden, die bijvoorbeeld van economische of sociaal-maatschappelijke aard kunnen zijn.<sup>7</sup> Aan de andere kant bepaalt het daardoor tegelijkertijd de methodische werkwijze, namelijk een onderzoek naar contextueel materiaal (zoals fan magazines).

Verder dient de opkomst van het feministische vrouwbeeld van de *new woman* als zelfstandige vrouw, als indicator en concept om de constructie van Greta Garbo's imago binnen het fan magazine *Photoplay* te analyseren. De *new woman* is een vrouwbeeld dat rond het eind van de 19e eeuw opkwam. Sarah Grand speelde hierbij een belangrijke rol, aangezien zij één van de eerste vrouwen was die deze ontwikkeling heeft ondersteund en veroorzaakt. De opkomst van de *new woman* heeft een feministische achtergrond en legt de basis voor het moderne vrouwbeeld van nu.<sup>8</sup> Kenmerken van de *new woman* zijn: vrij, onderwezen, actief in politiek, zelfstandig, werkend, seksueel en sociaal autonoom.<sup>9</sup> Door onderzoek te doen naar de vroege omgang met deze opkomst in relatie tot de media wordt een aanvulling gedaan op het nog steeds actuele debat over emancipatie. Dit maakt het mogelijk hedendaagse fenomenen beter te kunnen begrijpen, aangezien de emancipatie van vrouwen nog steeds een actueel thema is en een essentieel onderdeel van de *new woman*-beweging vormt.

De basis van dit onderzoek ligt in de fan magazines, omdat zij volgens de filmwetenschapper Anthony Slide laten zien wat er binnen de filmindustrie als ook daarbuiten

---

<sup>6</sup> Richard Maltby, "New Cinema Histories," in *Explorations in New Cinema History: Approaches and Case Studies*, ed. Richard Maltby, Daniel Biltereyst and Philippe Meers (Chichester: Wiley Blackwell, 2011), 9-10.

<sup>7</sup> Maltby, "New Cinema Histories," 9-10.

<sup>8</sup> Marsha Orgeron, "Making *It* in Hollywood: Clara Bow, Fandom, and Consumer Culture," *Cinema Journal* 42.4 (2003): 80.

<sup>9</sup> Sarah Grand, "The New Aspect of the Women Question," *The North American Review* 158.448 (1894): 272-274.; Estelle B. Freedman, "The New Woman: Changing Views of Women in the 1920s," *Journal of American History* 61.2 (1974): 376-379&390.; Fischer, "Greta Garbo," 138.; Freedman, "The New Woman," 373.

gebeurde en tevens een spiegel zijn van de film- en fancultuur uit die tijd.<sup>10</sup> Zoals duidelijk zal worden, dienen fan magazines bovendien als bron over star-making en –unmaking.<sup>11</sup> De doelgroep bestond voornamelijk uit vrouwen die in Hollywood en de sterren geïnteresseerd waren.<sup>12</sup> *Fandom* was een essentieel onderdeel van deze tijdschriften. Als specifiek corpus dient *Photoplay*, een Amerikaans fan magazine dat maandelijks verscheen en volgens de filmwetenschapper Kathryn Fuller “the queen of the fan magazines”<sup>13</sup> in de jaren '20 was. Fuller heeft zich onder andere gespecialiseerd in onderzoek naar de filmindustrie in het begin van de 20<sup>e</sup> eeuw en deed haar uitspraak naar aanleiding van *Photoplay*'s succesvolle en innovatieve manier om het toenmalige slechte imago van de filmfans op te poetsen.<sup>14</sup>

In de constructie van Garbo's imago is een verandering in haar weergave van negatief tot positief te zien. Om een beeld van deze veranderingen te kunnen schetsen, zijn de jaargangen van 1927 tot en met 1932 geanalyseerd. Deze periode markeert het begin van Garbo's Hollywoodcarrière, omdat zij toen naar Hollywood kwam en haar imago werd gevormd. De methode die gebruikt wordt is een historische bronnenanalyse van het tijdschrift *Photoplay*, in navolging van onderzoek van Marsha Orgeron. Zij heeft artikelen, wedstrijden, fan mails en advertenties uit Amerikaanse fan tijdschriften op participatie en consumptie binnen de fan magazines uit de jaren tien tot en met veertig geanalyseerd. Het doel hiervan is om de invloed van fan magazines op de fans en (de carrière van) acteurs te verduidelijken.<sup>15</sup> Bovendien heeft zij Clara Bow's *new woman* imago met betrekking tot haar film *It* onderzocht en stelt dat haar imago uit de film weerspiegeld wordt in het tijdschrift. Deze onderzoeken sluiten het beste op deze analyse aan en kunnen daarom als voorbeeld gebruikt worden. De redenen hiervoor zijn dat ten eerste alle bovengenoemde rubrieken (behalve advertenties) bestudeerd worden en dat Orgeron ook de representatie van een ster als *new woman* heeft onderzocht. In dit geval worden 240 bronnen tussen 1927 en 1932 op hun weergave van Greta Garbo geanalyseerd, waarbij vooral gezocht wordt naar uitspraken die in relatie staan tot de *new woman*-beweging. Deze bronnen bestaan uit redactionele artikelen en fan mails die geselecteerd zijn op de eerdergenoemde kenmerken van de *new woman* (vrij,

---

<sup>10</sup> Slide, *Inside the Hollywood Fan Magazine*, 3-4.

<sup>11</sup> Orgeron, “Making *It*,” 76.

<sup>12</sup> *Ibid.*, 11.

<sup>13</sup> Kathryn Fuller, *At the Picture Show: Small Town Audiences and the Creation of Movie Fan Culture*. (Washington: Smithsonian Institution Press, 1996), 150.

<sup>14</sup> *Ibid.*, 150.

<sup>15</sup> Marsha Orgeron, “You Are Invited to Participate”: Interactive Fandom in the Age of the Movie Magazine,” *Journal of Film and Video* 61.3 (2009): 3-23.; Orgeron, “Making *It*,” 76-97.

onderwezen, actief in politiek, zelfstandig, onafhankelijk, werkend, seksueel en sociaal autonoom) en associaties die daarmee met Greta Garbo gemaakt werden.<sup>16</sup>

Samenvattend is allereerst een overzicht gegeven van de filmindustrie in de jaren '20 en '30 vanuit het concept van de *new cinema history*. Daarbij is duidelijk gemaakt dat Hollywood en het sterrensysteem een resultaat zijn van de consumptiecultuur, die aan het eind van de 19<sup>e</sup> eeuw ontstond. Bovendien zijn economische en sociale ontwikkelingen die toentertijd in Hollywood plaatsvonden en *fandom* in relatie tot fan magazines uitgelegd. Vervolgens is het vrouwbeeld van de *new woman* toegelicht met het oog op de beweging in de Verenigde Staten aan het begin van de 20<sup>e</sup> eeuw. Ten slotte zijn deze twee punten gekoppeld aan het voorbeeld van Greta Garbo en is er met behulp van een historische bronnenanalyse van *Photoplay* gekeken hoe in het *fandom* in fan magazines elementen van de *new woman* zijn verwerkt. Hiermee is uiteindelijk de vraag beantwoordt: Welke rol krijgen de aspecten van de *new woman* in de constructie van Greta Garbo's imago in *Photoplay* tussen 1927 en 1932?

## 2. Hollywood aan het begin van de 20<sup>e</sup> eeuw

Zoals al eerder genoemd is Richard Maltby van mening dat filmgeschiedenis uit meer bestaat dan de inhoud van films en dat filmhistorisch onderzoek zich moet richten op de relatie tussen *cinemas* en sociale groepen.<sup>17</sup> Het doel is om een beter begrip te krijgen van de filmgeschiedenis door het betrekken van culturele en sociale omstandigheden en het publiek.<sup>18</sup> Dit kan als aanvullend aspect op de klassieke *film history* gezien worden, aangezien deze in zijn onderzoek naar de ervaringen van het publiek niet genoeg de specifieke omstandigheden, waaronder films gezien werden, zoals sociaaleconomische, culturele, technische of psychosociale omstandigheden in acht neemt.<sup>19</sup> Maltby ziet de bioscoop als een commerciële institutie en stelt de sociaal-culturele geschiedenis van het publiek als onderwerp van onderzoek.<sup>20</sup> Het publiek maakt dus een groot onderdeel van zijn concept uit. Dit onderzoek sluit hierop aan en betreft de omstandigheden waaronder het publiek films ziet en consumeert, zonder veel aandacht aan de filmtekst zelf te besteden. In verband met het

---

<sup>16</sup> Grand, "The New Aspect of the Women Question," 272.; Fischer, "Greta Garbo," 373.

<sup>17</sup> Ibid., 9.

<sup>18</sup> Ibid., 9.

<sup>19</sup> Ibid., 9.

<sup>20</sup> Ibid., 9.

onderzoek binnen het Hollywood in de jaren '20 en '30 is het daarom van belang een kort overzicht, over de situatie in de filmindustrie van deze tijd, te geven. Daarbij is ingezoomd op zowel het voor dit onderzoek relevante fenomeen van fan magazines en *fandom* als ook de *new woman*-beweging in de Verenigde Staten.

## 2.1. Hollywoods filmindustrie in de jaren '20 en '30

De socioloog Rudi Laermans heeft in zijn artikel “Learning to Consume: Early Department Stores and the Shaping of the Modern Consumer Culture” het ontstaan van de moderne consumptiecultuur in Frankrijk en de VS tussen 1860 en 1914 onderzocht. Volgens Laermans heeft de opkomst van grote warenhuizen de basis gelegd voor de commercialisering van goederen en de moderne consumptiemaatschappij, waarvan de filmindustrie een groot onderdeel uitmaakt.<sup>21</sup> In deze periode vond een verschuiving plaats van een productie georiënteerde naar een consumptie georiënteerde maatschappij.<sup>22</sup> Laermans noemt twee punten die doorslaggevend waren voor het succes van de warenhuizen. Ten eerste functioneerden ze als “female leisure centres”<sup>23</sup> en ten tweede transformeerden ze “active buying into passive shopping.”<sup>24</sup>

Dit consumptiegedrag weerspiegelt zich in de Hollywoodse filmindustrie uit de jaren '20, die gevormd was door de welvaart die toentertijd in de VS heerste.<sup>25</sup> Na de eerste Wereldoorlog kon de Amerikaanse filmindustrie een groei aan investeringen en bioscoopbezoeken boeken. Een opvallend kenmerk uit deze tijd was de verticale integratie van de studio's, wat betekent dat een studio zich bezighield met zowel productie als de distributie en vertoning. De grootste studio's probeerden meer macht te krijgen en koppelden daarom deze drie bedrijfstakken aan elkaar. Met als gevolg dat zich een oligopolie aan studio's vormde.<sup>26</sup> Deze worden ook wel de “Big Three” en “Little Five” genoemd. De “Big Three” bestonden uit de grootste verticaal geïntegreerde studio's en de “Little Five” waren kleinere studio's met weinig of geen bioscopen.<sup>27</sup> Greta Garbo stond na haar aankomst in Hollywood in 1926 tot 1941 onder contract bij MGM, een van de “Big Three”.<sup>28</sup> Deze

---

<sup>21</sup> Laermans, “Learning to Consume,” 80.

<sup>22</sup> Ibid., 81.

<sup>23</sup> Ibid., 82.

<sup>24</sup> Ibid., 82.

<sup>25</sup> Thompson and Bordwell, *Film History*, 130.

<sup>26</sup> Ibid., 129,130&144.

<sup>27</sup> Ibid., 130.

<sup>28</sup> Ibid., 197.; Philips and Vincendeau, “A to Z of European Actors,” 261.

constellatie veranderde in de jaren '30 door de *Great Depression*. Die werd veroorzaakt door een beurscrash in 1929 en had in combinatie met de opkomst van de geluidsfilm in 1929 grote invloed op de filmindustrie.<sup>29</sup> Ook al bleef de overheersende oligopolie stabiel, toch vonden er interne veranderingen plaats en moesten studio's veel besparingen doen om te kunnen overleven. Een gevolg hiervan was dat de "Big Three" uitgroeiden tot de "Big Five" ofwel *Majors* en de "Little Five" de "Little Three" ofwel *Minors* werden.<sup>30</sup>

De sterren waren een belangrijk product van de studio's, wat in verband gebracht kan worden met de consumptiecultuur.<sup>31</sup> Filmwetenschapper Tino Balio heeft het sterrenstelsel van Hollywood rond de jaren '30 onderzocht. Hij stelt dat de studio's de sterren voor commerciële doelen hebben uitgebuit. Dit was alleen mogelijk doordat het "Star System" in het Hollywood van de jaren '20 en '30 in handen was van de studio.<sup>32</sup> Zij haalden acteurs uit Europa, het theater, vaudeville, radio en andere entertainmentsectoren of wedstrijden, om hen tot sterren te maken.<sup>33</sup> Om dit te doen werd de *screen persona* door make-up, kostuum etc. gecreëerd.<sup>34</sup> Hiervoor werd eerst een bij de acteur passende rol gevonden, die vervolgens aan zijn privéleven werd gekoppeld. Deze geënceneerde biografie werd vrij gegeven aan de fan magazines en kranten. Daarbij werden interviews en foto's gemaakt voor het *studio image* dat aan de fans gepresenteerd werd.<sup>35</sup> Om het aantrekkelijker en interessanter voor het publiek te laten lijken, waren de filmrollen nauw verbonden met het sterrenstelsel. Dit betekent dat de rollen die de acteur moest spelen aan zijn imago gekoppeld werden.<sup>36</sup> Bij deze keuze hadden de sterren nauwelijks inspraak, omdat zij door de zogenoemde "option contracts" aan de studio gebonden waren, waarbij ze bijna al hun rechten opgaven. Het doel van de studio's was om de filmster op elk niveau te verkopen.<sup>37</sup> Dit was ook het geval bij Greta Garbo, zoals in de analyse naar voren zal komen.

Een medium dat de studio's hierbij ondersteunde en waarmee zij hecht samenwerkten was de fan pers in de vorm van fan magazines, die een brug tussen Hollywood en de fans vormden. Ze voorzagen in de behoefte van de voornamelijk vrouwelijke doelgroep naar luxe

---

<sup>29</sup> Thompson and Bordwell, *Film History*, 195.

<sup>30</sup> *Ibid.*, 196.

<sup>31</sup> Karen Sternheimer, *Celebrity Culture and the American Dream: Stardom and Social Mobility* (New York: Routledge, 2011), 3.

<sup>32</sup> Tino Balio, *Grand Design: Hollywood as a Modern Business Enterprise, 1930-1939* (Berkeley: University of California Press, 1993), 145.

<sup>33</sup> *Ibid.*, 161-162.

<sup>34</sup> *Ibid.*, 143-144.

<sup>35</sup> *Ibid.*, 164-165.

<sup>36</sup> *Ibid.*, 166.

<sup>37</sup> *Ibid.*, 161-162.



en glamour en brachten hen nader tot de sterren.<sup>38</sup> De fans worden door de cultuurwetenschapper Joli Jenson als “*response to the star system*”<sup>39</sup> gezien. De fan wetenschapper Mark Duffet beschrijft de fan als “a person with a relatively deep, positive emotional conviction about someone or something famous, usually expressed through a recognition of style or creativity. He/she is also a person driven to explore and participate in fannish practices.”<sup>40</sup> Voor dit onderzoek is vooral Duffet’s laatste punt belangrijk, namelijk participatie, aangezien dit in de vorm van een fanmail analyse ook onder het analysekader van dit onderzoek valt.

Actieve lezers maakten een groot onderdeel uit van de fan magazines, omdat de tijdschriften “intended to transform spectators of celebrity culture into participators *in* celebrity culture.”<sup>41</sup> Dit deden zij door wedstrijden, fan mails en advertenties, die een vast bestanddeel van de fan magazines uitmaakten.<sup>42</sup> Om de lezer tot de perfecte consumenten te vormen, boden de tijdschriften hun bovendien:

news stories, articles, and lavish photo spreads on the established stars, the up-and-coming new arrivals on the screen, and the major films in production, as well as reviews, which at least through the first two decades of fan magazine history were surprisingly intelligent and thoughtful.<sup>43</sup>

Het eerste fan magazine, *Motion Picture Story Magazine* werd in 1911 gepubliceerd.<sup>44</sup> Er kwamen meer fan magazines bij en in de jaren '20 en '30 bereikte het aantal een hoogtepunt, want zowel fan magazines als hun consumenten waren “the most voracious consumers of publicity.”<sup>45</sup> Orgeron stelt in deze samenhang dat de magazines als een soort warenhuis gezien kunnen worden, waarin de imago’s van de sterren verkocht werden.<sup>46</sup> De interesse lag hierbij vooral op het privéleven van de sterren (huwelijken, romantiek, kinderen, scheidingen, dood etc.) dat in verband stond met luxe en rijkdom.<sup>47</sup> Informatie hierover kregen de fan magazines vooral door hun samenwerking met de studio’s. Dit maakte bij de meeste sterren in de jaren '20 en '30 ook deel uit van het contract. Onder surveillance van

---

<sup>38</sup> Slide, *Inside the Hollywood Fan Magazine*, 3.

<sup>39</sup> Joli Jenson, “Fandom as Pathology: The Consequences of Characterization,” in *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*, ed. Lisa Lewis (New York: Routledge, 1992), 10.

<sup>40</sup> Mark Duffet, *Understanding Fandom: An Introduction to the Study of Media Fan Culture* (New York: Bloomsbury, 2013), 49.

<sup>41</sup> Orgeron, “You Are Invited to Participate,” 4.

<sup>42</sup> *Ibid.*, 5.

<sup>43</sup> Slide, *Inside the Hollywood Fan Magazine*, 4.

<sup>44</sup> Sternheimer, *Celebrity Culture*, 2.

<sup>45</sup> Balio, *Grand Design*, 170.; Slide, *Inside the Hollywood Fan Magazine*, 3.

<sup>46</sup> Orgeron, „Making It,” 94.

<sup>47</sup> Balio, *Grand Design*, 170.

studiocorrespondenten konden de fan magazine journalisten interviews maken, met het gevolg dat zij in de regel schreven wat de studio's wilden.<sup>48</sup>

Zoals eerder genoemd was *Photoplay* “the queen of the fan magazines”<sup>49</sup>, omdat het op innovatieve manier het toen slechte imago van de filmfans oppoetste.<sup>50</sup> Dit heeft *Photoplay* aan zijn hoofdredacteur James R. Quirk te danken, want hij “educated fans and raised the standards of movie fandom.”<sup>51</sup> Om dit te doen gaf hij de opdracht om artikelen te schrijven over filmproducties en adviescolumns over gezondheid, mode of schoonheid, reportages over mode, kapsels en huizen van de sterren, interviews met regisseurs en producenten, technisch advies en scriptschrijvers en korte verhalen over het (liefdes)leven van de sterren (geschreven door getalenteerde journalisten).<sup>52</sup> Bovendien zag hij de filmfans als een door de filmindustrie gecreëerde “breed of ‘perfect consumers’.”<sup>53</sup> Door het inzetten van marketingtechnieken lukte het Quirk om *Photoplay* aantrekkelijk te maken voor “small-town and big-city movie goers.”<sup>54</sup> Dit betekent dat de lezers van *Photoplay* verschillende lagen van de Amerikaanse maatschappij bereikte, wat een grotere representativiteit van dit onderzoek garandeert.

## 2.2. *New Woman*

Dankzij de opkomst van de consumptiecultuur, de warenhuizen en de theaters maakte de emancipatie van de vrouw een grote ontwikkeling door. De warenhuizen boden vrouwen uit de middenklasse een plek om hun saaie huiselijke leven te ontvluchten.<sup>55</sup> Bovendien stelt Laermans dat: “as ‘illusionary palaces of luxurious consumption’, the stores particularly appealed to the appetite for status symbols of the then rapidly growing urban middle class.”<sup>56</sup> Vrouwen speelden dus een grote rol in het succes van de warenhuizen en het ontstaan van de consumptiecultuur. Voor hen was “shopping” een “pleasure leisure”, omdat de warenhuizen de vrouwen een eigen publieke sfeer bood.<sup>57</sup> Dit had tot gevolg dat het beeld van de vrouw uit

---

<sup>48</sup> Slide, *Inside the Hollywood Fan Magazine*, 73.

<sup>49</sup> Fuller, *At the Picture Show*, 150.

<sup>50</sup> *Ibid.*, 150.

<sup>51</sup> *Ibid.*, 150.

<sup>52</sup> *Ibid.*, 150&154.

<sup>53</sup> *Ibid.*, 151.

<sup>54</sup> *Ibid.*, 154.

<sup>55</sup> Laermans, “Learning to Consume,” 94.; Richard Butsch, “Bowery B'hoys and Matinee Ladies: The Re-Gendering of Nineteenth-Century American Theater Audiences,” *American Quarterly* 46.3 (1994): 374,375&377.

<sup>56</sup> *Ibid.*, 94.

<sup>57</sup> *Ibid.*, 89&95.

de middenklasse veranderde.<sup>58</sup> Volgens socioloog en gender wetenschapper Richard Butsch was de taak van de vrouw uit de 19<sup>e</sup> en het begin 20<sup>e</sup> eeuw, het goede aanzien van de familie te behouden en te vertegenwoordigen. Daarvoor waren goede manieren en een goede omgang onontbeerlijk. De vrouwen moesten zich aan de etiquette houden en vooral zelfbeheersing hebben. De consumptiecultuur zorgde in dit opzicht voor een minderwaardig beeld van de consumerende vrouw ten opzichte van een niet consumerende vrouw, omdat zij zich bij het kopen van consumptiegoederen niet zelf kon beheersen. Echter veranderde dit op lange termijn ook de oude verwachtingen van zelfbeheersing.<sup>59</sup>

Als tegenbeweging vormde zich aan het eind van de 19<sup>e</sup> eeuw het vrouwbeeld van de *new woman*. Een pionier op dit gebied was schrijfster en feminist Sarah Grand die in 1894 het artikel “The New Aspect of the Woman Question” schreef en het begrip *new woman* introduceerde. Zij bekritiseert de onderdrukking van de vrouw door de man en stelt dat de vrouw minstens gelijkwaardig is. Tevens pleit ze voor gelijkberechtiging tussen mannen en vrouwen.<sup>60</sup> Om een verandering te kunnen initiëren, eist zij het recht op een goede opleiding, meer vrijheid, zelfstandigheid en de mogelijkheid op werk.<sup>61</sup> Echter de focus van de *new woman* tussen 1894 en de jaren '20 veranderde, met als gevolg dat seksualiteit en de status van de vrouw in de maatschappij een grotere rol speelden.<sup>62</sup> De filmwetenschapper Lucy Fischer ziet dit ook bij Greta Garbo's filmrollen terug en beschrijft haar als “a sophisticate who operated with sexual and social autonomy.”<sup>63</sup> Estelle B. Freedman, een historicus die over de “Changing Views of Women in the 1920s” schrijft, vult deze kenmerken verder aan. Ze stelt dat de nieuwe vrouw van de jaren '20 de mogelijkheid had om aan de verkiezingen deel te nemen en sociaal en economisch gelijkgesteld was aan de man.<sup>64</sup> De filmwetenschapper Marsha Orgeron beargumenteert verder dat de *new woman* haar nieuwheid en zelfstandigheid ook uiterlijk aan de maatschappij zichtbaar wilden maken.<sup>65</sup> Om deze reden hadden zij kortere kapsels, droegen korte rokjes, dansten de Charleston en rookten en public.<sup>66</sup> Tevens stelt Orgeron dat: “with increasing numbers of women entering the job market and becoming wage earners, women were being taken seriously as economic forces, particularly, it seems, by the movie industry.”<sup>67</sup> De filmindustrie bood hen nieuwe

---

<sup>58</sup> Butsch, “Bowery B'hoys and Matinee Ladies,” 374.

<sup>59</sup> Ibid., 374-375.

<sup>60</sup> Grand, “The New Aspect of the Women Question,” 272.

<sup>61</sup> Ibid., 272-276.

<sup>62</sup> Orgeron, „Making *It*,” 81.

<sup>63</sup> Fischer, “Greta Garbo,” 138.

<sup>64</sup> Freedman, “The New Woman,” 373.

<sup>65</sup> Orgeron, “Making *It*,” 80.

<sup>66</sup> Thompson and Bordwell, “Film History,” 128&131.

<sup>67</sup> Orgeron, “Making *It*,” 81.

werkmogelijkheden, als actrice, scriptschrijver of auteur van de fan magazines.<sup>68</sup> Artikelen van fan magazines werden dan ook vooral geschreven door vrouwen, van wie een aantal beroemd zijn geworden. Enkele werden zelfs naar bioscopen in het buitenland gestuurd om daar artikelen over te schrijven. Hiermee probeerden fan magazines hun lezers vertrouwd te maken met de buitenlandse (wel westelijke) filmcultuur.<sup>69</sup> Dit laat ook zien hoe de fan magazines de nieuwe sociale vrijheid van de vrouw in deze tijd weerspiegelden. Slide voegt hieraan toe: “As inhibitions disappeared and women became liberated in the 1920s, the magazines showed the new stylish attire, emphasizing the breasts and legs, and long tresses and curls disappeared as bobbed hair became the norm.”<sup>70</sup>

### 3. Greta Garbo in *Photoplay*

Zoals eerder genoemd is de *new cinema history* een theoretisch-methodologisch concept dat voor een onderzoek naar de context zoals culturele objecten pleit, om een beter beeld van filmgeschiedenis te kunnen krijgen.<sup>71</sup> In dit onderzoek is daarom het fan magazine *Photoplay* geanalyseerd, dat zelf een cultureel object en consumptiegoed uit de jaren '10 tot en met '80 was.<sup>72</sup> Door een kwalitatieve analyse van het tijdschrift zijn de aspecten van de *new woman*, welke een rol speelden in de constructie van Greta Garbo's imago duidelijk gemaakt. Ofwel hierbij vermoedelijk nog meer aspecten meespeelden, ligt door de beperkte omvang van deze analyse de focus alleen op het concept van de *new woman*. *Photoplay* is daarvoor geschikt omdat het de mogelijkheid biedt om verschillende perspectieven bij de analyse te betrekken. Dit heeft tot gevolg dat er een beter beeld gekregen kan worden van het *fandom* rondom de Zweedse actrice. Hiervoor zijn redactionele artikelen en fan mails uit de rubriek “Brickbats and Bouquets” apart van elkaar geanalyseerd. Bij de redactionele artikelen zijn artikelen over Garbo zelf, artikelen waarin zij een belangrijke rol speelt, filmrecensies en informatie over haar en haar films in de roddel rubrieken onderzocht. De analyse van de fan mails is beperkt tot de rubriek “Brickbats and Bouquets”, omdat hier de brieven van de lezers geplaatst werden, waardoor *Photoplay* als een selectieve weergave van hun mening gezien kan worden. Dit staat in tegenstelling tot de rubriek “Question and Answers”. Deze is buiten beschouwing

---

<sup>68</sup> Sternheimer, *Celebrity Culture*, 18-19.

<sup>69</sup> Slide, *Inside the Hollywood Fan Magazine*, 5.

<sup>70</sup> Ibid., 5.

<sup>71</sup> Maltby, “New Cinema Histories,” 8-9.

<sup>72</sup> Slide, *Inside the Hollywood Fan Magazine*, 71.

gelaten, omdat de redactie slechts antwoord geeft op fan mails en de brieven zelf niet te zien zijn.

*Photoplay* was een fan magazine dat maandelijks verscheen en volledig als pdf bestand in de *Digital History Library* beschikbaar is. De periode die binnen dit onderzoek bekeken is, zijn de jaren 1927 tot en met 1932, aangezien deze jaren het begin van Garbo's Hollywood carrière omvatten en Garbo's imago toen gevormd werd. Daarbij zijn de jaargangen op het trefwoord "Garbo" doorzocht. Ongeveer 300 bronnen bleken binnen het gekozen tijdspark te zijn gepubliceerd. Uit deze bronnen zijn de bruikbare artikelen geselecteerd door de eerder genoemde beperking, uitsluitend redactionele artikelen en fan mails. In de analyse is dit verder toegespitst doordat alleen gelet is op de manier waarop Garbo werd besproken in samenhang met de door Grand, Freedman en Fischer genoemde kenmerken van de *new woman* (zelfstandig, vrij, opgeleid, sociaal en seksueel autonoom, werkend en actief in de politiek) en of dit op een negatieve, positieve of neutrale manier werd gedaan.<sup>73</sup> Om te bepalen wanneer een uitspraak positief of negatief is, is een lijst gemaakt met beschrijvingen, die in de bijlage te vinden is. Neutrale artikelen zijn uitspraken zonder een waardering, maar waarin wel een verband wordt gelegd tussen Garbo en aspecten van de *new woman*. Aan de hand van deze indeling zijn uitspraken over Greta Garbo in verband met de *new woman* gecatalogiseerd. Bovendien zijn vragen gesteld als: Welke rol spelen de aspecten van de *new woman* in de constructie van Greta Garbo's imago in de redactionele artikelen? Welke rol spelen de aspecten van de *new woman* in de constructie van Greta Garbo's imago in de fan mails? Welke soort aspecten zijn te zien? Welke verschillen zijn opmerkelijk?

### **3.1. Analyse redactionele artikelen**

Bij het onderzoek van de redactionele artikelen zijn in totaal 110 bronnen geanalyseerd. Ook al werd Greta Garbo vaker genoemd, uiteindelijk waren er maar 110 bronnen bruikbaar voor deze analyse. Andere bronnen vielen niet binnen het onderzoekskader of waren slechts herhalingen of opsommingen van Garbo in de credits.

Opvallend was dat Garbo in bijna elke uitgave in de roddelrubrieken werd genoemd en er tussen 1927 en 1932 drieëntwintig artikelen werden geschreven die expliciet over haar gingen. Daarbij bleek dat er drie inhoudelijke onderscheidingen gemaakt kunnen worden in de

---

<sup>73</sup> Grand, "The New Aspect of the Women Question," 272-276.; Fischer, "Greta Garbo," 138.; Freedman, "The New Woman," 373.

onderzochte artikelen. Ten eerste werd Greta Garbo als persoon beschreven, waaronder haar leven en vooral de voor haar kenmerkende verlegenheid opvalt. Ten tweede zijn er artikelen geschreven over haar carrière, waarbij het voornamelijk over haar gedrag op de filmset en lof over haar filmspel gaat. Ten derde zijn de artikelen over haar liefdesleven opvallend, hoewel zij zich er zelf nooit over uitliet. Hierbij is het belangrijk om te vermelden dat binnen één artikel ook twee of meer aspecten uit deze drie categorieën en kenmerken van de *new woman* terug kwamen. Verder is binnen alle drie de categorieën een verschuiving in de manier waarop over haar geschreven werd, te zien.

In vroege artikelen over het leven van Greta Garbo werd zij vaak gekoppeld aan Scandinavië en Zweden. In 1927 verschenen drie artikelen, waarin zij werd beschreven als “cold”, “temperamental” of “strange”. Een conclusie die daarbij werd getrokken, is dat zij niet in Hollywood past en niet meedoet aan het leven in Hollywood. In “What’s the Matter With Greta Garbo?” uit de editie van april 1927, werd gesteld dat Garbo zich niet in wist te passen in het studiosysteem van Hollywood, wat volgens MGM en *Photoplay* haar eigen schuld was: “If we let her have her way, she would be ruined quickly.”<sup>74</sup> Ofwel *Photoplay* haar in deze context negatief neerzet, weerspiegelen zij daarmee Garbo’s wens naar vrijheid en recht op inspraak op de werkvloer. Deze voornamelijk negatieve artikelen zetten zich door tot 1928. Toen was na het verschijnen van het driedelige artikel “The Story of Greta Garbo” een verandering in de manier waarop zij besproken werd, te zien. Dit verklaart ook de sterke stijging in de positieve uitspraken over Garbo’s privéleven in het diagram hieronder. De schrijfster Ruth Biery interviewde Garbo over haar leven vanaf haar geboorte tot aan haar carrière in Hollywood en toonde daardoor Garbo’s perspectief. In de juni aflevering 1928, waarin ook het derde deel van “The Story of Greta Garbo” stond, werd in een ander artikel Garbo’s slechte reputatie als “temperamental” als een onjuiste informatie beschreven.<sup>75</sup> Dit werd echter uitgelegd als zijnde een gevolg van haar verlegenheid. Vanaf 1928 laten de artikelen een duidelijk positieve verschuiving zien in de representatie van Greta Garbo in *Photoplay*. Een daling verschijnt alleen 1931 toen *Photoplay* niet veel over haar leven berichtte. Echter werd zij vanaf 1928 beschreven als “Scandinavians gift to the world”<sup>76</sup> en de persoonskenmerken waarmee zij eerst negatief werd afgespiegeld, werden positiever geïnterpreteerd: “She has turned awkwardness into a rare and unusual charm.”<sup>77</sup> Bovendien werd de nadruk vooral op haar fans gelegd: “Almost nothing is known about her, but she has

---

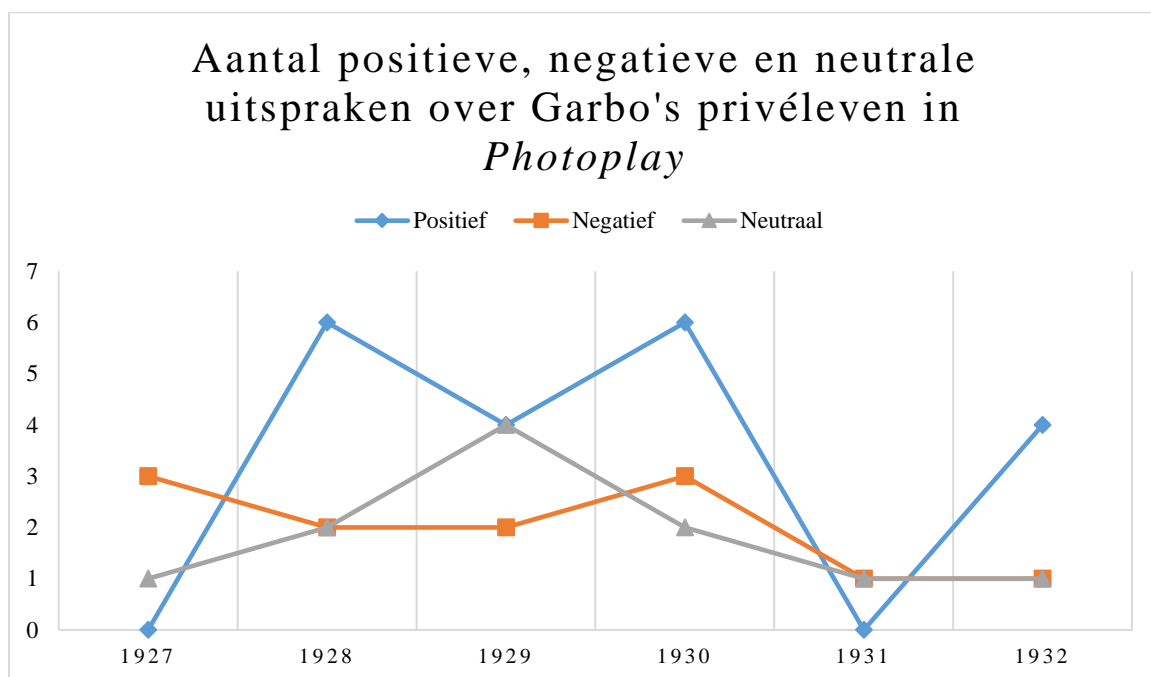
<sup>74</sup> Cal York, “What’s the Matter With Greta Garbo?,” *Photoplay* 32.5 (1927): 29.

<sup>75</sup> Ruth Biery, “Misinformation,” *Photoplay* 34.1 (1928): 41.

<sup>76</sup> Leonard Hall, “Garbo-Maniacs,” *Photoplay* 37.2 (1930): 60.

<sup>77</sup> Carolyn van Wyck, “Girls’ Problems,” *Photoplay* 36.2 (1929): 130.

millions of devoted followers who take her part against the world, the press and the devil. The slightest criticism, however kindly, stirs a storm of protest. There are a million raging Garbo-Maniacs!<sup>78</sup> Zelfs Ruth Biery bood 1932 in het artikel “Hollywood’s Cruelty to Greta Garbo” haar excuses aan. Zij stelde dat in Hollywood alleen Garbo’s collega’s en mentoren Mauritz Stiller, Lon Chaney, Jack Gilbert en Harry Edington aardig tegen haar waren: “True, she fights for her rights, herself, today, as formerly Mauritz Stiller, John Gilbert, Harry Edington and Lon Chany fought for her.”<sup>79</sup> Desalniettemin zijn zowel voor als ook na dit artikel duidelijke aanwijzingen te zien dat *Photoplay* haar niet altijd positief bejegende, aangezien zij soms nog als “this stranger woman from over the Northern sea”<sup>80</sup> en bij een vergelijking met haar double als vreemd werd beschreven.<sup>81</sup> Te zien is dit bovendien ook in het onderstaande diagram, waarin getoond wordt dat de negatieve aspecten vanaf 1927 tot 1932 constant tussen drie en één artikel per jaar blijven. De positieve aspecten daarentegen stijgen vanaf 1928 en zijn met uitzondering van 1931 voortdurend overheersend. Vanaf 1928 zijn er tussen zes en vier (behalve in 1931) artikelen met positieven uitspraken over Garbo’s persoon te vinden.



In artikelen over haar carrière wordt deze tweestrijd voortgezet. Ze werd de hele periode door haar films en haar spel beschouwd als “marvellous”, “beautiful and touching”.<sup>82</sup>

<sup>78</sup> Hall, “Garbo-Maniacs,” 61.

<sup>79</sup> Ruth Biery, “Hollywood’s Cruelty to Greta Garbo,” *Photoplay* 41.2 (1932): 103.

<sup>80</sup> Katherine Albert, “What Garbo Thinks of Hollywood,” *Photoplay* 38.3 (1930): 65.

<sup>81</sup> Lois Shirley, “The Girl Who Played Greta Garbo,” *Photoplay* 36.3 (1929): 29.

<sup>82</sup> N.a., “The Shadow Stage,” *Photoplay* 42.2 (1932): 53.; N.a., “The Shadow Stage,” *Photoplay* 32.6 (1927): 52.

In 1927 en 1929 werd zij zelfs genomineerd voor de “Photoplay ’s Honor Roll” voor haar optredens in *THE TEMPTRESS* (1927), *FLESH AND THE DEVIL* (1927), *LOVE* (1927), *THE DIVINE WOMAN* (1929) en *MYSTERIOUS LADY* (1929).<sup>83</sup> Het is opvallend dat er geen enkele slechte recensie of opmerking over haar spel te vinden was. Zelfs na het kritisch bekeken optreden van haar in de geluidsfilm, werd zij uitermate positief weergegeven, zoals in een recensie over haar eerste geluidsfilm *ANNA CHRISTIE* te lezen was: “Hail the new Garbo! The white flame from Sweden has found her voice! Some of the strange mystery of the woman [...] is gone, but the new Garbo is a greater actress than the old.”<sup>84</sup> In dit opzicht heeft *Photoplay* haar carrière ondersteund. Alhoewel er veel kritiek over haar te vinden is, ging dit vaak over haar gedrag op de set en haar relatie met de studio. Haar gedrag als diva werd door *Photoplay* vooral in 1927 en ’28 benadrukt. In artikelen over haar relatie met de acteur John Gilbert werd een beeld van haar gegeven als onprofessionele actrice: “It is almost impossible to do business with her”<sup>85</sup> en “She was withdrawn from production at the Metro-Goldwyn-Mayer Culver City Cal., studios so often that studio company officials have lost count. Probably she has cost the producers a large sum of money.”<sup>86</sup> Een tegenwerping daarvoor is in het artikel “The Story of Greta Garbo” te herkennen, waarin Garbo uitlegde dat zij zo handelde, omdat zij noch de taal noch het studiosysteem begreep en daarom een manager heeft geëngageerd.<sup>87</sup> Echter blijkt volgens het artikel “Hollywood’s Cruelty to Greta Garbo” dat de relatie met haar studio MGM vooral door deze manager, Harry Edington, en haar collega’s Jack Gilbert en Lon Chaney verbeterd zou zijn. Ruth Biery stelt dat zowel deze drie mannen als ook Mauritz Stiller haar tot een succes in Hollywood hebben gemaakt, doordat ze achter haar stonden en haar tips gaven over hoe zij zich in Hollywood moest gedragen.<sup>88</sup> Ofwel het lijkt dat zij en haar succes afhankelijk van mannen waren, is hier enige ambiguïteit op te merken. Aan de ene kant kan gesteld worden dat zij mannen nodig had om zich in Hollywood te kunnen handhaven. Aan de andere kant profiteerde zij alleen van hun ondersteuning, maar trouwde nooit met één van hen, waardoor beargumenteerd kan worden dat zij haar onafhankelijkheid kon bewaren. Dienovereenkomstig is ook een positievere afspiegeling van haar in het tijdschrift te zien, welke vermoedelijk tegelijkertijd verbonden is met de verschuiving in de weergave van haar persoon. Betreffende haar relatie met de studio werd Garbo afgespiegeld

---

<sup>83</sup> Frederick James Smith, “Photoplay’s Honor Roll for 1927,” *Photoplay* 33.1 (1927): 35&109.; Frederick James Smith, “Photoplay Reviews of the Film Year,” *Photoplay* 35.2 (1929): 64-65.

<sup>84</sup> N.a., “The Shadow Stage,” *Photoplay* 37.4 (1930): 54-55.

<sup>85</sup> Agnes Smith, “Up Speaks a Gallant Loser,” *Photoplay* 31.3 (1927): 33.

<sup>86</sup> York, “What’s the Matter With Greta Garbo?,” 29.

<sup>87</sup> Cal York, “The Story of Greta Garbo,” *Photoplay* 34.1 (1928): 144-145.

<sup>88</sup> Biery, “Hollywood’s Cruelty to Greta Garbo,” 28-29 & 102-103.



als de verlegen en “greatest moneymaker of the Hollywood stars”<sup>89</sup> die zich niet op haar gemak voelt binnen het studio- en sterrenstelsel. Als gevolg hiervan waren de fans vaak bang dat zij Hollywood zou verlaten, zoals blijkt toen zij in 1929 op bezoek ging in Zweden en het gerucht rondwaarde dat zij haar contract met MGM niet wilde verlengen.<sup>90</sup> Het lijkt alsof zij juist veel vrijheden binnen de studio had, zoals in het artikel “What Is This Box-Office?” gesteld wordt: “One girl who can do almost anything she wants and get away with it — Greta Garbo. If she cries for the moon, Metro does its best to get it. Why? Because her name before a theater means a flood of gold.”<sup>91</sup> Daarnaast werd zij bij gelegenheid negatief gerepresenteerd, waarbij haar rol als buitenstaander vaak benadrukt werd. In september 1932 werd bijvoorbeeld een artikel geschreven, waarin gesteld wordt dat “Garbo, the greatest actress of them all, is a deadly menace to her leading men.”<sup>92</sup> Deze uitspraak was geïnspireerd op het einde van de carrière van een aantal filmpartners na hun samenwerking met Garbo. Opvallend is dat Garbo bovendien als onnozel en naïef afgespiegeld werd:

No, the Garbo jinx is not intentional. It is, like the rest of her, something that she, herself, cannot interpret or control. There are two classes of men who have played opposite her:

Those who have fallen in love with the idea of playing with Garbo.

Those who have fallen in love with Garbo, the woman.<sup>93</sup>

Dit benadrukt wederom haar imago als mysterieuze vrouw, aangezien zij door haar onschuld en anders-zijn de mannen verleidde. Tevens wordt daarbij het beeld gegeven dat zij onzeker en grillig is, wat in tegenspraak is met de *new woman* en niet als positief werd beschouwd.

Dit kan wederom door het onderstaande diagram bevestigd worden. Zoals eerder gezegd, stond in 1928 en vooral 1927 haar gedrag als diva en problemen met de studio op de voorgrond. In 1927 werden er vijf en in 1928 vier negatieve artikelen over haar gedrag binnen het studiosysteem geschreven. Tussen 1929 en 1932 bevindt zich het aantal negatieve artikelen tussen drie en één. De positieve uitspraken namen toe na hun dieptepunt in 1927 waarin er slechts drie positieve artikelen stonden. In 1929 bereikten zij met tien positieve artikelen hun hoogtepunt, toen Garbo's succes in de geluidsfilms bekend werd. Ook na 1929 dalen de positieve artikelen niet onder vijf, aangezien Garbo voortdurend als eerste klas

---

<sup>89</sup> Ruth Biery, “The Garbo Jinx on Her Leading Men,” *Photoplay* 42.4 (1932): 35.

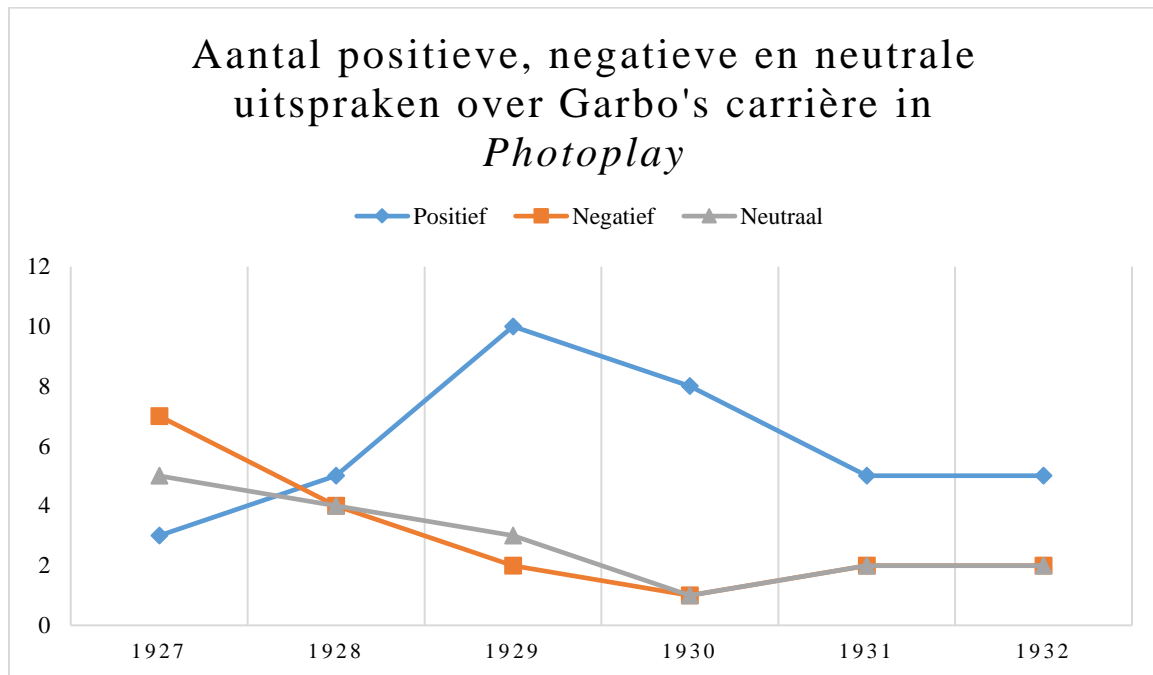
<sup>90</sup> Cal York, “Gossip of All the Studios,” *Photoplay* 35.2 (1929): 47.

<sup>91</sup> Ruth Waterbury, “What Is This Box-Office?,” *Photoplay* 39.3 (1931): 69.

<sup>92</sup> Biery, “The Garbo Jinx on Her Leading Men,” 34.

<sup>93</sup> *Ibid.*, 35.

actrice werd beschouwd. De negatieve en neutrale artikelen werden daarentegen met maximaal twee per jaar steeds minder.



Haar imago als mysterieuze vrouw is ook in de derde categorie, de artikelen over haar liefdesleven, terug te zien. Haar mysterieuze aura werd als verklaring gebruikt voor haar aantrekkingskracht en haar imago als maneater.<sup>94</sup> Een bijzonder uitgebreid besproken onderwerp in *Photoplay* tussen 1927 en 1929 was John Gilbert's "disastrous romance with the strange Greta Garbo."<sup>95</sup> Sinds hun eerste gezamenlijke film *FLESH AND THE DEVIL* (1927) werd hen een liefdesrelatie toegeschreven.<sup>96</sup> Aangezien Garbo zich er niet over uitlaat en sowieso al als buitengewoon en vreemd werd beschreven, werd haar door de pers uiteindelijk de schuld gegeven van het mislukken van haar romantische relatie met Gilbert. Daarbij werd zij met woorden beschreven, als "cold" of "cruel".<sup>97</sup> Garbo werd na Gilbert vooral in artikelen opgevoerd waarin Hollywoods ongetrouwde vrouwen werden besproken. Daarbij werd aan de ene kant haar vreemdheid verantwoordelijk gehouden voor haar single-zijn, aan de andere kant leek zij zich gewoon niet te willen binden. Zo werd in het artikel "Slipping the Marriage Noose" in 1929 over de "Swedish Sphinx" gesteld dat: "when she wanted a man she could get one by her own effort."<sup>98</sup> De door Fischer en Grand genoemde kenmerken van de *new*

<sup>94</sup> Frances Clark, "Fighting the Sex Jinx," *Photoplay* 31.2 (1927): 36-37.

<sup>95</sup> Adela Rogers St. Johns, "Gossip Never Hurts," *Photoplay* 32.5 (1927): 135.

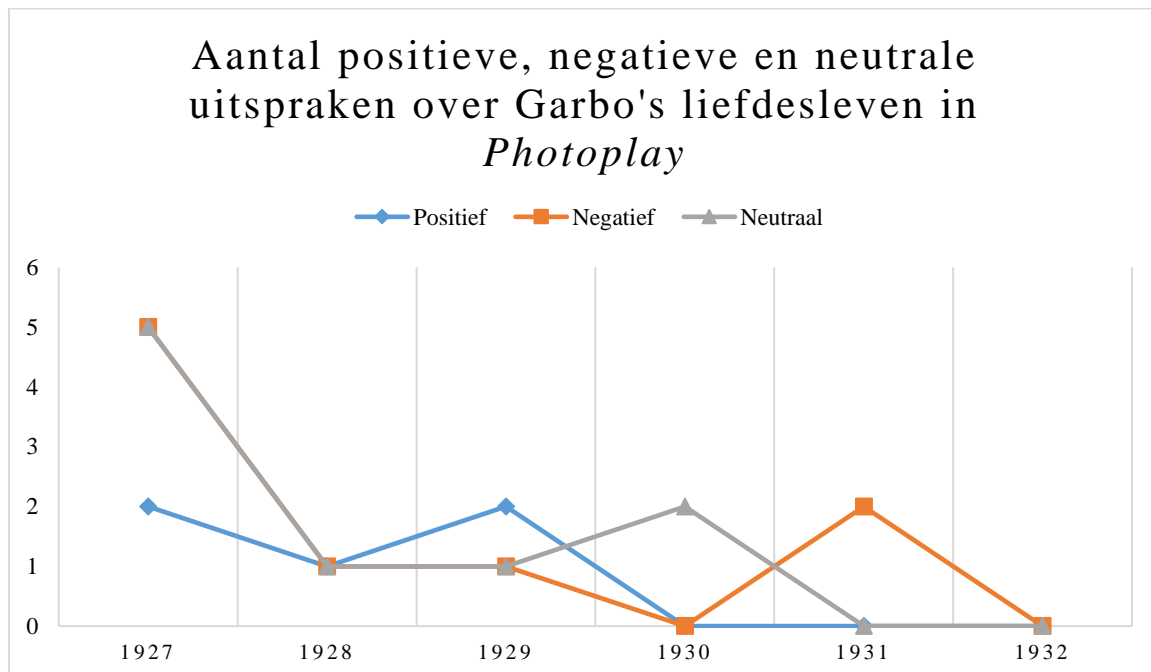
<sup>96</sup> Cal York, "Studio News & Gossip East and West," *Photoplay* 31.2 (1927): 44.

<sup>97</sup> Smith, "Up Speaks a Gallant Loser," 32.

<sup>98</sup> Janet French, "Slipping the Marriage Noose," *Photoplay* 36.6 (1929): 30.

woman: seksuele autonomie, vrijheid en zelfstandigheid komen hier dus duidelijk op een voornamelijk negatieve manier naar voren.<sup>99</sup>

Ook in dit geval laat het onderstaande diagram duidelijk zien, hoe in 1927 meer negatieve dan positieve artikelen over Garbo geschreven werden. In vijf negatieve artikelen geeft *Photoplay* Garbo de schuld aan de gecompliceerde relatie tussen haar en Gilbert en de uiteindelijke mislukking. Na het einde van hen relatie in 1928 daalt ook het aantal negatieve artikelen naar één in 1928 en stijgt voortaan niet hoger dan twee per jaar. Hetzelfde patroon is bij de neutrale artikelen terug te zien, die in dit geval meestal een informatiebron van Garbo's relatiestatus was. De positieve artikelen bewegen zich de hele periode door tussen twee en nul, aangezien Garbo na Gilbert tot 1932 geen publiek bekende relatie meer had.



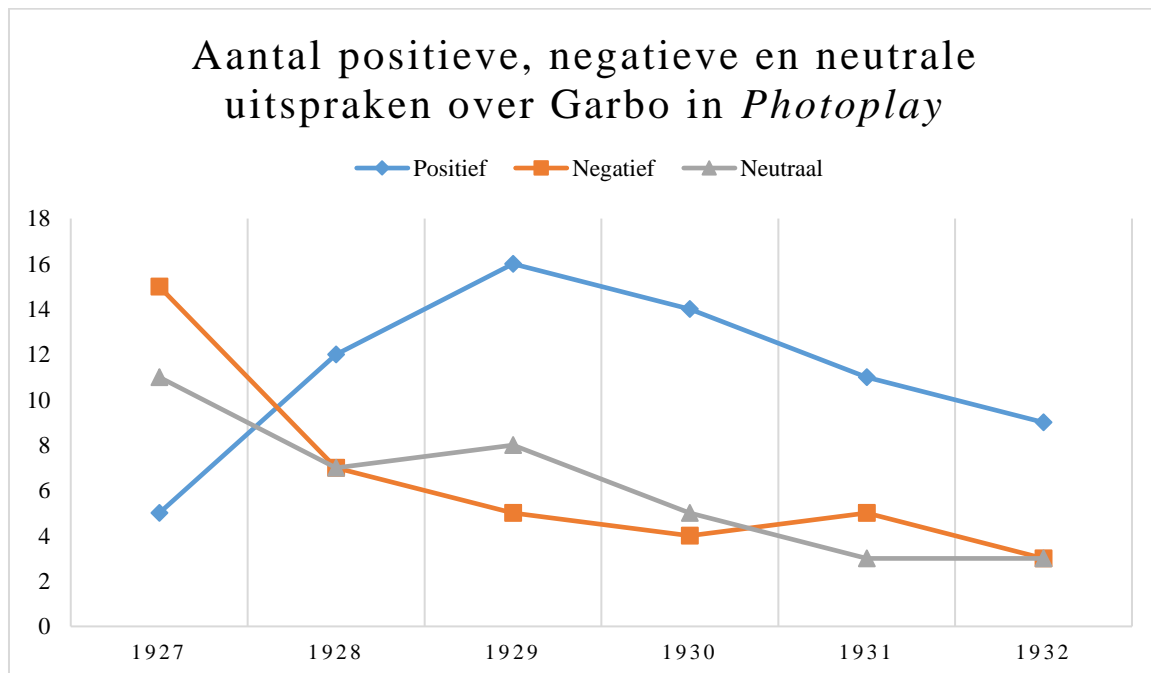
Concluderend is te zeggen dat binnen alle drie de categorieën een verschuiving van de weergave van haar te zien is. Zoals eerder genoemd waren sterren een soort consumptiegoed binnen de filmindustrie.<sup>100</sup> Garbo werd binnen de geanalyseerde periode in 110 artikelen met betrekking tot de *new woman* genoemd en zowel haar carrière, als ook privé- en liefdesleven werden besproken. Zoals Balio en Orgeron schrijven zijn dat precies de punten waarin de fan magazines geïnteresseerd waren om de sterren aan de fans te “verkopen”.<sup>101</sup> Echter is hierbij opvallend dat zij eerst bekritiseerd werd om haar anders-zijn, waardoor in 1927 een groot

<sup>99</sup> Grand, “The New Aspect of the Women Question,” 272-276.; Fischer, “Greta Garbo,” 138.

<sup>100</sup> Sternheimer, *Celebrity Culture*, 3.

<sup>101</sup> Balio, *Grand Design*, 170.; Orgeron, „Making It,” 94.

aantal negatieve artikelen over haar geschreven zijn (zie diagram hieronder). Dit is gekoppeld aan haar streven naar vrijheid binnen het studiosysteem en haar liefdesleven. Volgens *Photoplay* verzette zij zich tegen MGM en de traditie van het huwelijk. Hoewel zij mannen achter zich had staan, bond zij zich niet aan hen. Veeleer wordt het beeld gegeven dat zij profiteerde van hun ondersteuning en adviezen, maar ze zich niet afhankelijk maakte door met één van hen te trouwen. Dit weerspiegelt duidelijk wat Sarah Grand in 1894 onder *new woman* verstonde, namelijk een onafhankelijke en vrije vrouw.<sup>102</sup> Hoewel ze gaandeweg in een beter licht werd gezet en *Photoplay* er niet omheen kon om haar grote fanbase te betrekken, werd haar rol als buitenstaander de hele periode door benadrukt. In dit opzicht werd Greta Garbo neergezet als aan de ene kant een tot deze periode bijzonder sterke *new woman*. Aan de andere kant werd zij vaak als onnozel en naïef afgespiegeld, wat bijdroeg aan haar mysterieuze aura. Een beeld dat zoals in Lucy Fischer's analyse, ook in haar filmrollen naar voren komt.<sup>103</sup> Dit sluit aan bij Balio's argument dat de rollen van de sterren nauw verbonden waren met hun studio imago.<sup>104</sup> Het kan gezien worden dat *Photoplay* in zijn redactionele artikelen Garbo als *new woman* neerzet door haar af te beelden als vrije, onafhankelijke, zelfstandige en seksueel autonome vrouw, wat zij ook in haar films weerspiegelde.



<sup>102</sup> Grand, "The New Aspect of the Women Question," 272-276.

<sup>103</sup> Fischer, "Greta Garbo," 138.

<sup>104</sup> Balio, *Grand Design*, 166.

### 3.2. Analyse fan mails

Met de woorden:

The readers of *Photoplay* are invited to write this department — to register complaints or compliments — to tell just what they think of pictures and players. [...] Be constructive. We may not agree with the sentiments expressed, but we'll publish them just the same!<sup>105</sup>

werden de lezers van *Photoplay* uitgenodigd om brieven aan het tijdschrift te sturen die aansluitend in de rubriek “Brickbats and Bouquets” gepubliceerd werden. Het aantal brieven en opmerkingen van de redactie over de brieven aangaande Greta Garbo dat onderzocht is, bedraagt 130. Hierbij is opvallend dat deze door zowel mannen als vrouwen werden geschreven en zelden over Garbo alleen gaan, maar vaak meerdere acteurs tegelijk bespreken.

Zoals in het komende diagram gezien kan worden, wordt in bijna elke brief een mening geuit over Garbo. Hierin is een tweedeling te zien, er zijn mensen die erg positief zijn over de actrice en anderen die juist het tegenovergestelde uitten. Meestal gaan de brieven over haar spel, uiterlijk of films. In vergelijking met de redactionele artikelen is er geen verschuiving in het *fandom* te zien. Echter er zijn grote verschillen in de manier waarop over haar geschreven werd te herkennen. Omdat *Photoplay* altijd brieven van voor- en tegenstanders publiceerde, is duidelijk te zien dat de lezers Garbo's imago als teruggetrokken, mysterieuze vrouw en anders zijn positiever beschouwen dan de redactie van *Photoplay*. Een voorbeeld hiervan is een brief uit de uitgave van oktober 1929, waarin een lezer op een artikel waarin Garbo's terughoudendheid bekritiseerd werd, reageert:

[...] Here's a star that doesn't care for publicity or beautiful clothes, and she is criticized for it. She is just herself outside the studio, and not one of these unreal pieces of perfect humanity. I believe that Greta Garbo is one of the greatest actresses the screen has ever seen or ever will see!  
Bernadine Allen.<sup>106</sup>

Opvallend in verband met uitspraken over haar persoonlijkheid is dat haar zelfs in kritische brieven goede kenmerken toegeschreven werden: “There's no mystery about Garbo. She's just a smart Swede who knows that the gullible public loves its hokum in large doses. Raymond Greaves.”<sup>107</sup> Andere lezers leggen haar gedrag uit door haar Zweedse afkomst, aangezien “Swedish people are the most reserved on the face of the earth. They are fiercely proud of

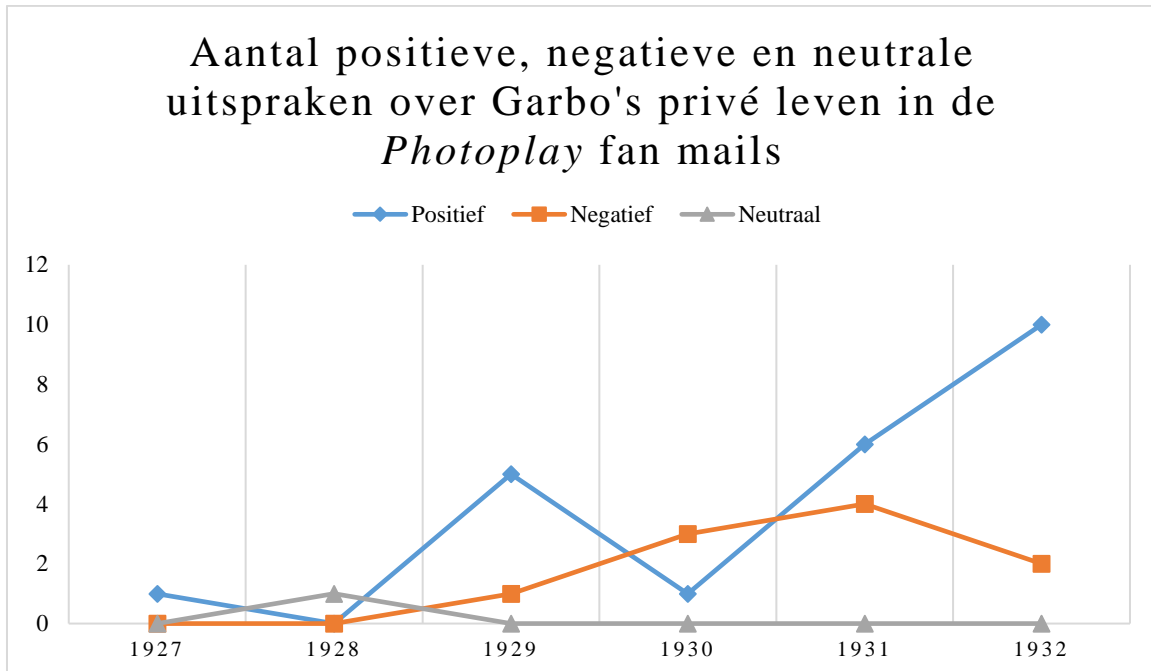
---

<sup>105</sup> N.a., “Brickbats and Bouquets,” *Photoplay* 31.2 (1927): 12.

<sup>106</sup> Bernadine Allen, “Brickbats and Bouquets,” *Photoplay* 36.5 (1929): 147.

<sup>107</sup> Raymond Greaves, “Brickbats and Bouquets,” *Photoplay* 39.1 (1930): 147.

their own independence and occasionally ungracious, preferring, for the most part, their own society.”<sup>108</sup> De lezers waardeerden en accepteerden dus juist haar zelfstandigheid en zagen haar gedrag als gerechtvaardigd in plaats van vreemd.



Hetzelfde is waar te nemen wanneer het over haar liefdesleven gaat. Er waren bijvoorbeeld geen brieven te zien, waarin haar relatie met Gilbert buiten de films werd besproken. Het enige waar de lezers om vroegen waren “more Gilbert-Garbo films.”<sup>109</sup> Verder hadden zij alleen maar begrip voor haar wens om haar liefdesleven niet publiek te bespreken, zoals te lezen is in een brief in de aflevering van april 1928:

[...] I agree with Greta Garbo. She is absolutely right. What business is it of the public whether or not an actress is in love or wants to marry? Actors are human beings. Their personal affairs should not be made public.  
Miss Terry Blumenkoff.<sup>110</sup>

Daarnaast is te zien dat Garbo als een voorbeeld voor geëmancipeerde en zelfbewuste vrouwen diende. Lezers keken naar haar op en gebruikten haar films om hun eigen liefdesleven spannender te maken.

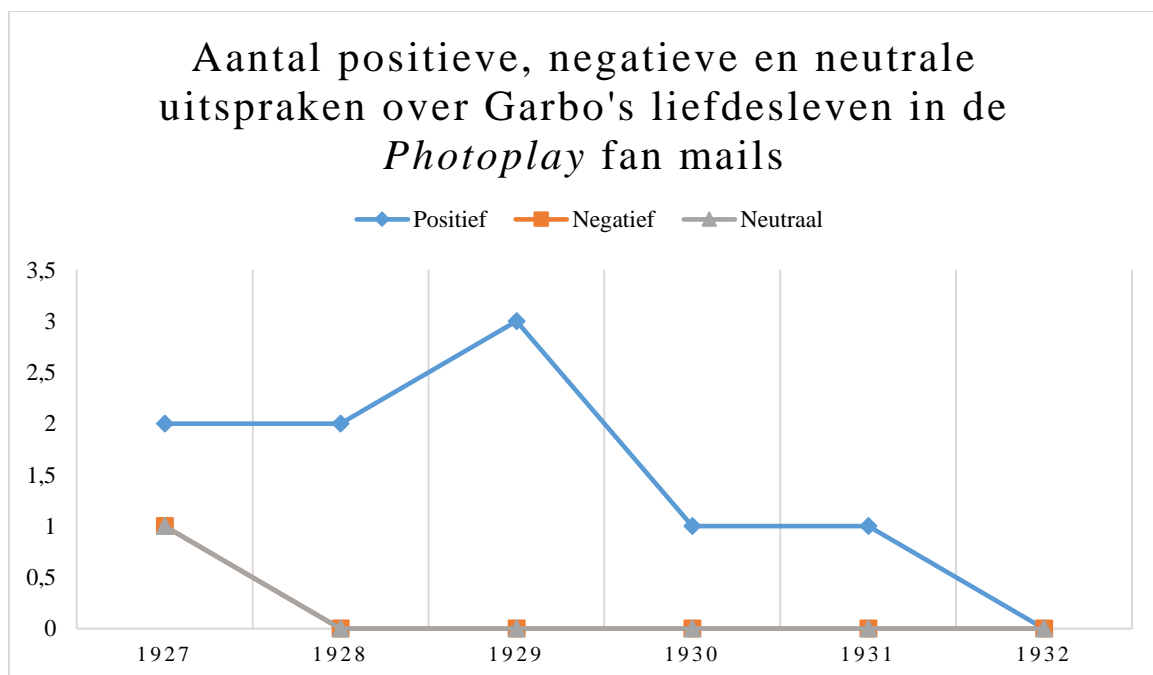
<sup>108</sup> Marchette Chute, “Brickbats and Bouquets,” *Photoplay* 41.6 (1932): 10.

<sup>109</sup> N.a., “Brickbats and Bouquets,” *Photoplay* 35.1 (1928): 10.

<sup>110</sup> Terry Blumenkoff, “Brickbats and Bouquets,” *Photoplay* 33.5 (1928): 82.

[...] I've heard women say that the beautiful movie stars make the competition very stiff for wives. Not at all. When you go to a picture and see John Gilbert appearing to get a thrill from Greta Garbo, go home and put a little of that allure in yourself. [...] Your own John Gilbert will play up and Romance will always be at home for you. [...]<sup>111</sup>

Garbo werd in deze samenhang ook gezien als “the age-old question of femininity modernized.”<sup>112</sup> Zoals het diagram bewijst is ook hier een acceptatie van Grand’s and Fischer’s genoemde kenmerken van de *new woman* die van toepassing zijn op Garbo te herkennen, zoals seksuele autonomie en zelfstandigheid.<sup>113</sup>



Het grootste aantal brieven die in *Photoplay* over Garbo gepubliceerd werden, hebben Garbo’s spel of films als onderwerp. Hierbij is een sterke tweespalt opmerkelijk, hetgeen uit de door de redactie geschreven inleiding “The Monthly Barometer” van “Brickbats and Bouquets” duidelijk wordt, er waren duidelijk meer positieve dan negatieve uitspraken (zie diagram hieronder). Hier wordt in elke aflevering aangegeven of er meer “brickbats” of “bouquets” aan de sterren gegeven werden. De grootste kritiekpunten, die in samenhang staan met kenmerken van de *new woman*, treden in verband met haar nationaliteit en haar gedrag op de set op. Haar nationaliteit vormt daarbij vaak een groot kritiekpunt. Sommige lezers zagen het als niet eerlijk dat buitenlandse acteurs onder contract werden genomen van de studio’s.

<sup>111</sup> M. W. C., “Brickbats and Bouquets,” *Photoplay* 36.3 (1929): 104.

<sup>112</sup> Yoon Le Donne, “Brickbats and Bouquets,” *Photoplay* 32.2 (1927): 16.

<sup>113</sup> Grand, “The New Aspect of the Women Question,” 272-276.; Fischer, “Greta Garbo,” 138.

Argumenten hiervoor waren dat veel Amerikaanse talenten geen kans kregen om beroemd te worden, omdat de minder getalenteerde buitenlandse acteurs hun werkplekken wegnamen.<sup>114</sup>

Andere lezers wederom verdedigden internationale acteurs:

Many of the letters state that we should not patronize foreign stars, but should give the Americans a chance and incidentally keep the money among Americans. It seems to me the American actors and actresses have the best chance from the beginning, with no accents to conquer, and if they fail to 'come across' whose fault is it? Are we to lose the artistry of a Garbo, Arliss or Dietrich because they were born in Europe? I fail to see the connection between nationality and artistry. When George Arliss gives us one of his inimitable performances and speaks English as it should be spoken no one grudges him the money he makes. We are the better for having seen and heard him.  
Rose Taprock, Buffalo, N. Y.<sup>115</sup>

Door deze brief wordt duidelijk dat er lezers bestonden die van mening waren dat Garbo en andere buitenlandse acteurs en actrices hard hebben gewerkt om een Hollywoodster te worden. Dit maakt duidelijk dat de lezers juist werkende en succesvolle vrouwen ondersteunden. Zij werd in deze rol dus niet bekritiseerd, maar positief gezien. Deze uitspraak wordt ondersteund door een andere brief die Garbo direct betreft en inspeelt op het gerucht dat zij onprofessioneel werkte.

[...] I watched Garbo work on the 'Grand Hotel' set one afternoon. Not once did I hear the famous 'I t'ank I go home'. She rehearsed with great care. Not once were the other members of the cast hurled into abject silence to mollify the tempestuous artiste. When Director Edmund Goulding relieved the tedium by strutting across the stage foppishly with a woman's coat wrapped around him, Garbo laughed as heartily and as unaffectedly as anyone on the set. She is [...] working earnestly and courteously.  
Mona Rogers, Hollywood, Calif.<sup>116</sup>

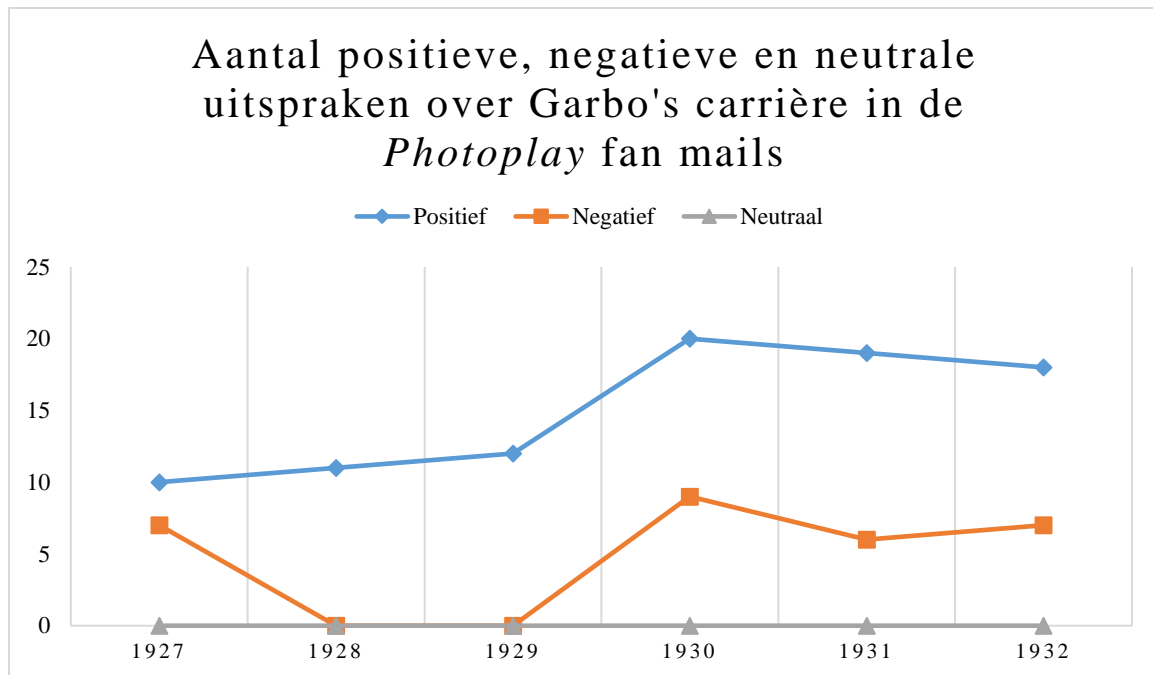
---

<sup>114</sup> Norma Walsh, "Brickbats and Bouquets," *Photoplay* 31.6 (1927): 82.

<sup>115</sup> Rose Taprock, "Brickbats and Bouquets," *Photoplay* 41.4 (1932): 113.

<sup>116</sup> Mona Rogers, "Brickbats and Bouquets," *Photoplay* 41.5 (1932): 6.

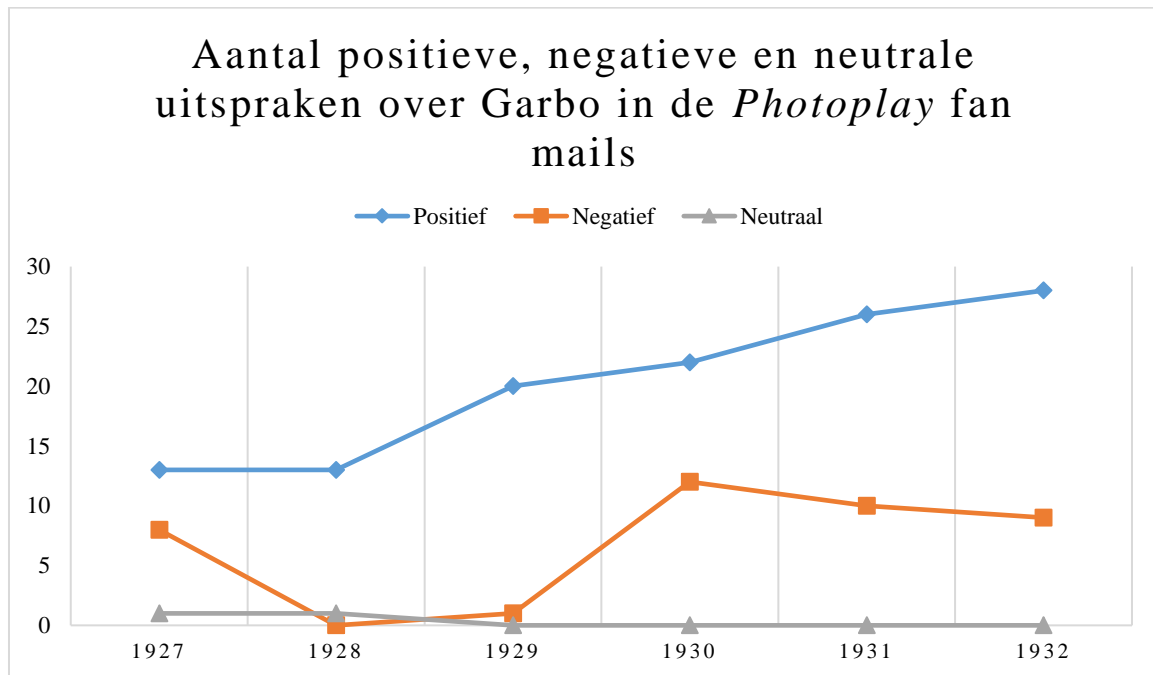




Concluderend is vast te stellen dat Garbo erg populair was onder de *Photoplay* lezers. Ofwel er voortdurend meningen van voor- en tegenstanders van Garbo gepubliceerd werden, zoals in het diagram hieronder te zien is, waren de fans duidelijk in de meerderheid. Zij accepteerden en ondersteunden Garbo in haar zelfstandigheid en onafhankelijkheid vanaf het begin van haar Hollywood carrière. Het grootste aantal fan mails waren uitspraken over haar films, spel en uiterlijk en zelfs dan werd zij meestal in een rij van acteurs opgenoemd. Hierin is een groot verschil te herkennen met de redactionele artikelen uit *Photoplay*, aangezien hier veel artikelen expliciet over haar werden geschreven en vooral in 1927 meestal meer negatieve dan positieve uitspraken werden gedaan. Verder is hierop aan te merken dat ook de fan mails een middel waren om Garbo's imago en het tijdschrift te verkopen. *Photoplay* bood zijn lezers aan fan mails te schrijven, zodat zij de mogelijkheid hadden om deel te nemen aan het publieke debat omtrent Hollywood en de sterren. Dit had tot gevolg dat zij tot de perfecte consumenten werden gevormd en het tijdschrift bleven kopen.<sup>117</sup> Echter is het belangrijk om te onderkennen dat de redactie van *Photoplay* vermoedelijk niet elke ingezonden brief heeft gepubliceerd, maar deze bewust op hun inhoud geselecteerd en gedrukt heeft. In dit geval kan duidelijk gezien worden dat er een grote interesse was naar Greta Garbo en zoals eerder aangegeven fans op elkaars brieven en artikelen reageerden en Garbo's geconstrueerde imago besproken. In dit geval vormde *Photoplay* dus Garbo's representatie als *new woman* door

<sup>117</sup> Orgeron, "You Are Invited to Participate," 4-5.

brieven uit te geven die op een positieve manier inspeelden op het beeld van Garbo dat *Photoplay* zijn lezers had gegeven.



### 3.3. Samenvatting analyse

In de analyse bleek dat er een duidelijke verschuiving in het *fandom* rondom Greta Garbo te zien was. Deze viel echter alleen in de redactionele artikelen op. In de analyse kan een patroon gezien worden in de inhoud van de artikelen, die in drie categorieën opgesplitst zijn: Garbo als persoon, als actrice en haar liefdesleven. Binnen alle drie categorieën is opmerkelijk dat Garbo tot ongeveer 1928 voornamelijk als “strange” en “temperamental” weergegeven werd. Dit verandert door een artikel waarin haar persoonlijkheid in verband met haar Zweedse afkomst en haar leven in Zweden beschreven werd. In de daarop volgende jaren werd zij duidelijk positiever neergezet. Echter werd zij door *Photoplay* op grond van haar terughoudendheid en onafhankelijke gedrag nog steeds als apart en buitenstaander neergezet. Hierin zijn duidelijk kenmerken van de *new woman* terug te zien, die in alle drie categorieën terugkomen: zelfstandigheid, onafhankelijkheid, werkend, seksuele autonomie en vrijheid.<sup>118</sup> Hierdoor zet *Photoplay* Garbo als een *new woman* in het “echte” leven neer. Echter werd zij ook gekoppeld aan kenmerken zoals naïviteit en onzekerheid, die niet bij het beeld van de

<sup>118</sup> Grand, “The New Aspect of the Women Question,” 272.; Fischer, “Greta Garbo,” 138.; Freedman, “The New Woman,” 373.

sterke *new woman* pasten. Het lijkt alsof juist door deze tegenspraak het mysterieuze aura, waarom zij bekend was, ontstond. Alhoewel gesteld kan worden dat dit een expres geconstrueerd imago was dat met haar filmrollen overeen moest komen, aangezien dit toentertijd een gebruikelijk trucje was om de sterren te verkopen en aan te prijzen.

In de fan mails zijn dezelfde kenmerken terug te vinden, hoewel deze meestal als positief werden beschouwd en niet aan vreemdheid werden gekoppeld. Dienovereenkomstig is er ook geen verschuiving in het *fandom* rondom Greta Garbo te zien als het over de mening van de lezers gaat. Gedurende de hele onderzoeksperiode werden zowel positieve als negatieve uitspraken over Garbo gedaan in de fan brieven. Ofwel er nochtans sprake van een extreme populariteit bij het publiek kan zijn, aangezien er duidelijk meer positieve brieven over haar te lezen zijn. De fans hadden door de mogelijkheid van actieve participatie in het sterrensysteem het gevoel hun mening onafhankelijk van de studio te kunnen uiten.<sup>119</sup> Echter hierop is aan te merken dat *Photoplay* de gepubliceerde brieven selecteerde en daardoor invloed had op de constructie van Garbo's imago als *new woman*.

In samenspel met de redactionele artikelen heeft *Photoplay* Greta Garbo dus als vrije en onafhankelijke vrouw neergezet. Door middel van artikelen en interviews gaf *Photoplay* een omschrijving van Garbo die bij haar filmrollen paste en zo een geheel beeld voor de fans vormde. Hierop speelden de fans in door het zenden van brieven die gebaseerd waren op het door *Photoplay* geconstrueerde imago van Garbo als *new woman*. De fans gingen in discussie met elkaar en reageerden op de gepubliceerde artikelen. Zij verdedigden en stonden grotendeels voor de kenmerken van seksuele autonomie, vrijheid, werkzaamheid en onafhankelijkheid. Dit succes en Garbo's imago zorgden ervoor dat zij vaak in het middelpunt van het fan magazine stond. Het samenspel van participatie en "informatie" van de kant van *Photoplay* was dus een geraffineerd verkoopmodel voor zowel *Photoplay* als ook Garbo's films.

#### 4. Conclusie

Het doel van dit onderzoek is de rol die de aspecten van de *new woman* krijgen in de constructie van Greta Garbo's imago in *Photoplay* tussen 1927 en 1932 te analyseren. Hiervoor is binnen het kader van de *new cinema history* de historische context toegelicht. Aansluitend is het concept van de *new woman* uitgelegd, waarop de analyse gebaseerd is.

---

<sup>119</sup> Orgeron, „Your Are Invited to Participate“, 16.

Gebruik van de *new cinema history* was passend voor dit onderzoek, omdat dit het mogelijk maakt om een beeld van de contextuele omstandigheden in Hollywood te krijgen. In verband met Greta Garbo was onderzoek in deze vorm nog niet gedaan. Wel wordt zij door andere wetenschappers zoals Lucy Fischer in haar films als *new woman* beschouwd.<sup>120</sup> Er bestond echter tot nu toe geen onderzoek naar de constructie van Garbo als *new woman* in eigentijdse context. Bovendien bood het onderzoek van *Photoplay* een overzicht van verschillende perspectieven, aangezien het zowel de mening van de industrie als ook het publiek weerspiegelt. Hierop opbouwend is de analyse van het fan magazine *Photoplay* in navolging van eerder onderzoek van Marsha Orgeron gedaan, aangezien zij tijdschriften op Clara Bow's *new woman* imago, participatie en consumptie binnen de fan magazines onderzocht heeft. Voor dit onderzoek betekent dit dat redactionele artikelen en fan mails op de kenmerken van de *new woman* geselecteerd en geïnterpreteerd zijn. Hierbij bleek dat *Photoplay* betreffende het *fandom*, publiek en redactie samen liet werken om Garbo's imago te construeren, al leek dit lastig omdat zij soms tegenstrijdige perspectieven hadden.

Het fan magazine *Photoplay* construeerde Garbo's imago als *new woman* door haar weer te geven als vrije, onafhankelijke, werkende en seksueel autonome vrouw. Daarmee legde het een verband met haar *screen persona* die volgens Fischer ook een afbeelding van de *new woman* was.<sup>121</sup> Hierbij zette het tijdschrift haar vooral in 1927 in een slecht daglicht door haar onafhankelijkheid tegenover MGM en tegenover mannen te benadrukken, waarbij ook haar vrije wil frequent genoemd werd. Vanaf 1928 werd zij positiever afgespiegeld. Echter heeft zij voortdurend het imago van de "stranger woman from over the Northern Sea."<sup>122</sup>

Daartegenover staan de fan mails, die bijna voortdurend positief waren. Ondanks enige kritiek op Garbo's nationaliteit of uiterlijk kwam uit de fanmailanalyse naar voren dat Garbo een grote populariteit genoot. Haar seksuele autonomie, onafhankelijkheid en zelfstandigheid werd door de fans gewaardeerd.

Hierbij ontstond een samenspel tussen fans en redactie, doordat de fans reageerden op het beeld dat zij van *Photoplay* over Garbo kregen. Bovendien hielpen de lezers daarmee Garbo's imago te construeren, omdat zij haar in verband brachten met de artikelen en haar films. *Photoplay* reageerde wederom hierop door het schrijven van artikelen en daarin ook Garbo's grote aantal fans te betrekken. Door dit te doen vormde het tijdschrift de lezers als consumenten, omdat zij actief deelnamen aan de sterrencultuur.

---

<sup>120</sup> Fischer, "Greta Garbo," 138.

<sup>121</sup> *Ibid.*, 138.

<sup>122</sup> Albert, "What Garbo Thinks of Hollywood," 65.

Deze actieve participatie in samenhang met de provocatie van de kant van *Photoplay* door het schrijven van positieve en negatieve artikelen om zo meer lezers te trekken, zou een verklaring voor de verschuiving van de weergave van Garbo in *Photoplay* kunnen zijn. Echter is het niet mogelijk deze verschuiving aan de hand van dit onderzoek te interpreteren. Het zou een optie kunnen zijn om met behulp van een literatuur en historisch bronnenonderzoek te kijken of dit soort wisselwerking tussen fans en redactie een gebruikelijk middel was om de lezers te behouden en aan te trekken. Echter dit onderzoek richt zich op een kleine, maar exemplarische casus. Om meer inzicht te krijgen in de omgang met *new women* in de filmindustrie en het daaromheen heersende *fandom*, zou het daarom interessant zijn om naast Greta Garbo nog andere geëmancipeerde vrouwelijke sterren te analyseren. Dit zou aan de hand van andere Hollywood sterren zoals Joan Crawford of Marlene Dietrich kunnen. Ook zou een vergelijking tussen Hollywood en de Europese filmindustrie interessant zijn. Verder wordt binnen dit onderzoek slechts één fan magazine geanalyseerd. Voor een representatievere uitspraak over Garbo's rol als *new woman* zou daarom een analyse van andere Amerikaanse fan magazines nodig zijn. Hierdoor kan bekeken worden of de fan magazines en de fans in andere gevallen een vergelijkbaar patroon laten zien.

## 5. Samenvatting

Vrouwenactivisten zoals Emma Watson, Geena Davis of Jennifer Lawrence staan vandaag de dag voor de emancipatie van vrouwen (in Hollywood). Deze situatie was ook al in de jaren '20 en '30 in Hollywood aanwezig. Om de kwestie van emancipatie en haar weergave binnen de filmindustrie beter te kunnen begrijpen is in dit onderzoek de omgang met het vrouwenbeeld van de *new woman* in het Hollywood van de jaren '20 en '30 aan de hand van Greta Garbo geanalyseerd. De feminist Sarah Grand heeft het begrip *new woman* in 1894 geïntroduceerd en beschrijft daarmee voor het eerst de emancipeerde vrouw zoals deze tegenwoordig wordt gezien. De daaruit voortkomende kenmerken van de *new woman*, zoals: vrij, onderwezen, actief in politiek, zelfstandig, seksueel en sociaal autonoom en werkend, zijn als indicator en concept gebruikt om de constructie van Greta Garbo als *new woman* in het fan magazine *Photoplay* te analyseren. Het concept van de *new cinema history* volgens Maltby (2011) dient hierbij als theoretisch-analytisch kader. Tevens pleit het voor een onderzoek van filmcontext, wat beargumenteert dat *Photoplay* als contextmateriaal geanalyseerd is. Bij de analyse zijn redactionele artikelen en fan mails op hun weergave van Greta Garbo en het om haar heersende *fandom* op de kenmerken van de *new woman* bekeken en geanalyseerd. Hierbij blijkt dat er een verschuiving in de afspiegeling van Garbo in de redactionele artikelen plaatsvond. Waarbij zij van een stabiele en voortdurende populariteit bij het publiek genoot. Met betrekking tot de twee concepten van de *new cinema history* en de *new woman* is beargumenteert dat deze verschillen een gevolg van het sterren systeem uit deze tijd zijn. Garbo's imago als *new woman* werd gericht geconstrueerd door *Photoplay* en gekoppeld aan haar filmrollen. Daarbij werd tevens gebruik gemaakt van haar grote aantal fans, die actief deelnamen in het *fandom* rondom Garbo en de sterrencultuur.

## 6. Bibliografie

- Balio, Tino. *The American Film Industry*. London: British Film Institute, 2006.
- Butsch, Richard. "Bowery B'hoys and Matinee Ladies: The Re-Gendering of Nineteenth-Century American Theater Audiences." *American Quarterly* 46. 3 (1994): 374-405.
- Cohen, David S. "Gender Equality: Patricia Arquette's Speech Cost Her Job." *Variety*. Accessed 26 April, 2016. <http://variety.com/2016/scene/vpage/jennifer-lawrence-patricia-arquette-equal-pay-women-dinner-for-equality-1201716149/>.
- Duffet, Mark. *Understanding Fandom: An Introduction to the Study of Media Fan Culture*. New York: Bloomsbury, 2013.
- Fischer, Lucy. "Greta Garbo: Fashioning a Star Image." In *Idols of Modernity: Movie Stars of the 1920s*, edited by Patrice Petro, 137-158. New Brunswick: Rutgers University Press, 2010.
- Fuller, Kathryn. *At the Picture Show: Small Town Audiences and the Creation of Movie Fan Culture*. Washington: Smithsonian Institution Press, 1996.
- Freedman, Estelle B. "The New Woman: Changing Views of Women in the 1920s." *Journal of American History* 61.2 (1974): 372-393.
- Grand Sarah. "The New Aspect of the Women Question." *The North American Review* 158.448 (1894): 270-276.
- HeForShe. "Our Mission." Accessed 02 May, 2016. <http://www.heforshe.org/en/our-mission>.
- Jenson, Joli. "Fandom as Pathology: The Consequences of Characterization." In *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*, edited by Lisa Lewis, 9-29. New York: Routledge, 1992.
- Laermans, Rudi. "Learning to Consume: Early Department Stores and the Shaping of the Modern Consumer Culture (1860-1914)." *Theory, Culture & Society* 10.4 (1993): 79-102.
- Maltby, Richard. "New Cinema Histories." In *Explorations in New Cinema History: Approaches and Case Studies*, edited by Richard Maltby, Daniel Biltereyst and Philippe Meers, 3-40. Chichester: Wiley-Blackwell, 2011.
- Orgeron, Marsha. "Making *It* in Hollywood: Clara Bow, Fandom, and Consumer Culture." *Cinema Journal* 42.4 (2003): 76-97.
- Orgeron, Marsha. "You Are Invited to Participate": Interactive Fandom in the Age of the Movie Magazine." *Journal of Film and Video* 61.3 (2009): 3-23.

- Philips, Alastair, and Ginette Vincendeau. "A to Z of European Actors in Hollywood Cinema." In *Journeys of Desire: European Actors in Hollywood. A Critical Companion*, edited by Alastair Philips and Ginette Vincendeau, 153-472. London: British Film Institute, 2006.
- Slide, Anthony. *Inside the Hollywood Fan Magazine: A History of Star Makers, Fabricators, And Gossip Mongers*. Jackson: University Press of Mississippi, 2010.
- Staiger, Janet. "Seeing Stars." In *Stardom: Industry of Desire*, edited by Christine Gledhill, 3-16. London: Routledge, 1991.
- Sternheimer, Karen. *Celebrity Culture and the American Dream: Stardom and Social Mobility*. New York: Routledge, 2011.
- Thompson, Kristin, and David Bordwell. *Film History: An Introduction*. Boston: McGraw-Hill Higher Education, 2010.
- Watson, Emma. "Geena Davis." *Interview Magazine*. Accessed 02 May, 2016, [http://www.interviewmagazine.com/culture/geena-davis#\\_](http://www.interviewmagazine.com/culture/geena-davis#_).



## **7. Primaire bronnen**

*Photoplay* 31.2 (January 1927) – 43.1 (December 1932). Chief Editor: James R. Quirk.  
Chicago: Photoplay Publishing Co.

## 8. Lijst van positieve en negatieve beschrijvingen

Positief:

- Marvellous
- Gift
- Charm
- Beautiful
- Touching
- Honour
- Great
- Smart
- Independent
- Working
- Success
- Heartily
- Courteously
- Famous
- Popular
- Venus
- Good
- Attracting
- Competent
- Sweet
- Sophisticated
- Enchantress
- Grace
- Queen
- Shining
- Majestic
- Wonderful
- Perfection
- Excellent
- Fascinating
- Success
- Professional
- Excellent
- Sensation
- Loveliness
- Bright
- Helpful
- Sufficient
- Glamorous
- Alluring
- Wistful
- Femininity
- "It"
- Love-woman
- Ideal
- Favourite
- Praised
- Supreme
- Glorious
- Kind
- Gorgeous
- Breathtaking
- Thrilling
- Sympathy
- Admiring
- Genius

Negatief:

- Cold
- Temperamental
- Cruel
- Strange
- Ruin
- Rare
- Diva
- Unprofessional
- Deadly
- Jinx
- Disastrous
- Frozen
- Bad
- Difficult
- Useless
- Lonely
- Weakness
- Selfish
- Failed
- Disappointment
- Awkward
- Arrogant
- Snobbish
- Heedless
- Odd
- Ice
- Alone
- Mischievous
- Soapy-eyed
- Worry
- Anaemic
- Amateurish
- Awful
- Monotonous
- Unusual
- Mechanical
- Phlegmatic