

Name:	Dr. Andy Reilly
E-Mail-Adresse:	areilly@hawaii.edu
Kurstitel:	Fashion in 20th Century Germany
Track:	A-Track
Kurssprache:	Englisch
Kontaktstunden:	72 (6 pro Tag)
ECTS-Credits:	6

Kursinhalt

Der Kurs „Fashion in 20th Century Germany“ führt in die Mode- und Textilindustrie in Deutschland ein. Im Mittelpunkt des Interesses stehen die sozialen, psychologischen, wirtschaftlichen und ethischen Aspekte der Mode innerhalb der deutschen Kultur und ihr Einfluss auf die internationale Mode. Der Kurs eignet sich sowohl für Studierende ohne Vorkenntnisse als auch für Experten auf dem Gebiet der Mode und legt den Schwerpunkt auf Exkursionen, Besichtigungen und Vorträge.

Berlin hat eine faszinierende jüngere Geschichte. Im 20. Jahrhundert wechselten sich hier nicht weniger als fünf sehr unterschiedliche Arten nationaler Regierungen ab. Berlin wurde zerstört und wieder aufgebaut, wurde befreit und besetzt, geteilt und wiedervereinigt. Die Geschichte Berlins zeigt auch die Bedeutung der Mode, sowohl politisch, sozial, psychologisch und kulturell. Kleidung und Erscheinungsbild wurden durch die verschiedenen Regimes und Regierungen für das Erreichen unterschiedlicher Ziele manipuliert und gesteuert. Mode wurde als Unterhaltung, zur sozialen Kontrolle, zu Propagandazwecken und für globale Handelsunternehmungen eingesetzt. Die Betrachtung der Mode in Deutschland kann nur dann erfolgreich sein, wenn dabei auch Berlin hautnah erlebt wird. Denn um ein Verständnis für die Mode in Deutschland zu erlangen, ist, neben der Betrachtung von Artefakten, der Besuch bestimmter Orte unerlässlich. Hierzu besuchen wir Museen und Orte, die einzig in Berlin zu finden sind. Dies fördert experimentelles Lernen und bereichert den Unterricht mit Erfahrungen an.

Zu den Kursthemen gehören eine Einführung in die Mode, Mode vor dem 2. Weltkrieg, Mode im Nazi-Deutschland, die Auswirkungen des Zweiten Weltkriegs auf die internationale Mode sowie aktuelle Themen der deutschen Mode. Dieser Kurs wird durch Besuche von Museen und Modezentren in Berlin ergänzt.

Zielgruppe

Studierende mit einem Interesse an einer Vielzahl von Themen (wie z.B. Psychologie, Soziologie, Anthropologie, Mode, Wirtschaft, Ästhetik, Politik) können diesen Kurs nutzen, um Themen wie Identität, Gesellschaft und Kultur auf innovative Weise zu untersuchen und zu verstehen. Ein Interesse an Mode ist zwar grundsätzlich von Vorteil, ist jedoch nicht unbedingt notwendig, da dieser Kurs auch Neulingen das Verständnis von Mode und deren Grundlagen vermitteln kann.

Voraussetzungen

Es wird den Studierenden empfohlen, ein Fotoaufnahmegerät – Kamera, Smartphone oder Ähnliches - mitzubringen.

Seminaranforderungen

* Mode-Update: Die Studierenden präsentieren vor der Klasse kurz ihre Antwort auf die Frage „Was müssen wir jetzt über Mode wissen?“ Die Präsentationen sollen visuelle Gestaltungsmittel beinhalten (z. B. *Powerpoint Präsentationen, Poster oder auch Artefakte*).

* Zeitgeist-Tafel: Die Studierenden fertigen zwei Poster an, die den Zeitgeist des 20. Jahrhunderts und den dazugehörigen Kleidungsstil darstellen. Die Poster werden vor der Klasse in einem Vortrag vorgestellt.

* Ethik-Debatte: Sollte „Hate Couture“ für illegal erklärt werden?: Kleidung ist eine Form von nonverbaler Kommunikation und eine Möglichkeit sich auszudrücken. Kleidung mit „Hass-Symbolen“ wird von manchen Menschen als Ausdrucksmittel ihrer Ideologie verwendet (z.B., Hakenkreuze, Konföderiertenflagge). Dieses Phänomen wird häufig als „Hate Couture“ bezeichnet. Die Studierenden werden in zwei Teams aufgeteilt, um über dieses Thema zu diskutieren. Während eine Seite dafür plädiert, „Hate Couture“ zu verbieten, argumentiert die andere dagegen. Die Studierenden sollen ein Verständnis für ethische Entscheidungen zeigen, indem sie sich auf einen von ihnen gewählten ethischen Rahmen berufen und damit ihren Standpunkt begründen.

* Street-Style-Bericht: Die Studierenden dokumentieren (mit Hilfe einer Digitalkamera oder eines Fotohandys) Street Style in Berlin, um Erscheinungsbild und Kleidungsstil von Menschen im Alltag festzuhalten. Die Studierenden werden jede Person kurz zu ihrem Kleidungsstil und die darauf einwirkenden Einflüsse befragen. Es werden mindestens 10 Personen erwartet. Die Studierenden übertragen die Bilder in PowerPoint-Präsentationen, auf Poster oder Ähnliches und stellen ihre Ergebnisse in einem 10-15-minütigen Vortrag der Klasse vor.

* Forschungspräsentation 1: Die klassische Definition von „Drag“ bezeichnet einen Mann der als eine weibliche Person auftritt oder eine Frau, die eine männliche Person darstellt und dies aus humoristischen, politischen oder ästhetischen Zwecken tut. Zugleich kann der Begriff „Drag“ auch auf die Personifikation von Rassen, Ethnizität oder Klassen angewendet werden (z.B. Blackface, Yellowface). Warum ist „Gender-Drag“ akzeptiert, andere Formen von Nachahmung aber nicht? Die Studierenden werden Vorträge zu diesem Thema halten (je nach Klassengröße einzeln oder paarweise), in denen sie erörtern sollen, ob sie „Gender-Drag“ als unethisch empfinden. Sie sollen ein Verständnis für ethische Entscheidungen zeigen, indem sie sich auf einen von ihnen gewählten ethischen Rahmen berufen und mit damit ihren Standpunkt begründen.

* Forschungspräsentation 2: Die Studierenden werden ein Modestilthema ihrer Wahl untersuchen, welches sich auf deutsche Modestile bezieht. Einige Beispiele: wie das Marketing von Mode in Berlin sich vom Anfang bis zum Ende des 20. Jahrhunderts geändert hat; wie Tätowierungen von verschiedenen Generationen in Deutschland wahrgenommen werden; die Rolle der Religion in Mode und Stil in Deutschland, usw. Die Forschungsmethodik bleibt den Studierenden überlassen (z.B. historische Analyse, Bildanalyse, Interviews, konzeptionelle Forschungsmethodik, usw.). Die Studierenden präsentieren ihre Ergebnisse in einem Vortrag.

Bewertung

Mode-Update	10 %
Zeitgeist-Tafel	10 %
Ethik-Debatte	20 %
Street-Style-Bericht	10 %
Forschungspräsentation 1	20 %
Forschungspräsentation 2	20 %
Aktive Mitarbeit	10 %

Literatur

Ein Reader mit der Pflichtlektüre wird bei der Orientierungsveranstaltung gestellt.

Kursplan

Datum	Programm
Montag, 5. Juni 2017	Tag 1 Einführung in die Mode Diskussion von Mode, Kleidung und Erscheinungsbild; Kleiderordnungen; Prozess von der Idee bis zum Verbraucher; Wandel der Modetheorien; traditionelle bayrische Tracht.
Donnerstag, 8. Juni 2017	Tag 2 Deutsche Mode und Kleidung Wie hat sich die deutsche Kleidung im Laufe der Geschichte verändert? Exkursion: <i>Kunstgewerbemuseum</i>
Montag, 12. Juni 2017	Tag 3 Die Weimarer Zeit Mode als Unterhaltung, Rebellion gegen Geschlechterrollen und Kunstform; Konsum und Überkonsum Abgabetermin: <i>Mode-Update</i>
Donnerstag, 15. Juni 2017	Tag 4 Mode als Unterhaltung Worin besteht die Beziehung zwischen Mode und Unterhaltung? Exkursion: <i>Filmmuseum</i>
Montag, 19. Juni 2017	Tag 5 Zeitgeist-Tafeln Präsentation und Diskussion der Zeitgeist-Tafeln Abgabetermin: <i>Zeitgeist-Tafeln</i>

Donnerstag, 22. Juni 2017	Tag 6 Geschichte der Juden und Kleidungsindustrie in Deutschland Exkursion: <i>Jüdisches Museum Berlin</i>
Montag, 26. Juni 2017	Tag 7 Die NS-Zeit Soziale Kontrolle des Aussehens; Vermarktung der nationalsozialistischen Identität; Entfernen von Juden aus der Modebranche; wie beeinflusst die soziale Kontrolle die Identität?
Donnerstag, 29. Juni 2017	Tag 8 West- und Ostdeutschland Mode als Propaganda, Untergrund-Mode und Folgen für die Industrie; Warenkonsum Exkursion: <i>DDR-Museum oder Ramones-Museum</i>
Montag, 3. Juli 2017	Tag 9 Wiedervereinigtes Deutschland Mode als Luxus, Mode als Geschäft und ethische Überlegungen Abgabetermin: <i>Forschungspräsentation 1</i>
Donnerstag, 6. Juli 2017	Tag 10 Berlin Fashion Week Abgabetermin: <i>Ethik-Debatte</i> Exkursion: <i>Veranstaltungsort der Berlin Fashion Week</i>
Montag, 10. Juli 2017	Tag 11 Ort und Mode Welche Auswirkungen hat ein geographischer Ort auf den Modestil? Exkursion: <i>Berliner Modezentren</i> Abgabetermin: <i>Street-Style-Berichte</i>
Donnerstag, 13. Juli 2017	Tag 12 Fazit Rückblick; was ist deutsche Mode? Abgabetermin: <i>Forschungspräsentation 2</i>