

# Jazz Age

## Vrouw en mode tijdens de *twenties*

Tentoonstellingsbezoek op 31 januari 2016

In 1924 riepen de Belgische bisschoppen de naaisters, modehuizen en modeateliers op om zeker niet mee te doen aan de moderne modetrends. Jurken met diepe decolletés, korte rokken of doorschijnende stoffen waren volgens de kerk immers niet passend voor een fatsoenlijke vrouw. De reactie kaderde in de vaststelling van de gevestigde klassen dat de maatschappij tijdens de jaren 1920 razendsnel aan het veranderen was. Voor de vrouw gold de nieuwe kleding precies als hét middel om zich tegen het burgerlijke traditionalisme af te zetten. Weg dus met de lange rokken, de kanten borduursels, de nauwe corsets, het opgestoken lange haar en de ongemakkelijke hoeden. De stoute droom van deze ‘nieuwe’ vrouwen werd de ‘flapper’, het Amerikaanse rolmodel dat zich thuis voelde in jazzy nachtclubs. Weinigen gingen in België zo ver als deze Amerikaanse flappers. Maar zich anders gaan kleden deden ze wel. Over deze ‘dolle jaren twintig’ loopt in het Modemuseum van Hasselt de tentoonstelling ‘**Jazz Age**’. Hierin komt niet alleen de modeontwikkeling maar ook de algemene culturele en sociale context van die periode aan bod. Post Factum heeft op **zondag 31 januari** een geleid bezoek aan *Jazz Age* gepland.



(<http://www.smithsonianmag.com>)

## Oorlog en mode

Na de Eerste Wereldoorlog leek niets nog hetzelfde. Toch was '14-18', misschien eerder dan een keerpunt in de geschiedenis, vooral een katalysator van ingrijpende maatschappelijke veranderingen die zich al vroeger manifesteerden. Het afbrokkelen van de oude keizerrijken, de veralgemening van het stemrecht, de emancipatie van arbeiders en vrouwen, de democratisering van de cultuurbeleving, de massificatie van de productie,... stuk voor stuk waren hiervan al sporen vóór de oorlog merkbaar.



**Vrouwenmode begin 20ste eeuw**  
(<http://www.smithsonianmag.com>)

Reeds tijdens de oorlog toonde ook de mode duidelijk dat het burgerlijk tijdperk aan het kantelen was. Voor de vrouwenmode was het grote wereldconflict wel zeer ingrijpend. De 'nieuwe vrouw', die zich in deze barre jaren vaak alleen moest redden, gaf de voorkeur aan gemakkelijke kleding om het mannenwerk te verrichten. De stijve blouse en de lange rok werden achterwege gelaten voor een meer comfortabele kleding. De taille kon opgelucht adem halen en de 'strompelrok' maakte plaats voor een wijder en korter model. Gabrielle 'Coco' Chanel introduceerde reeds tijdens de oorlog de kleding in jersey, een

stevige en meer sportieve stof die in de tijd van schaarste gemakkelijker te verkrijgen was. Het moet de bisschop van Brugge allemaal pijn aan de ogen gedaan hebben want in september 1914 fulmineerde hij tegen 'de onzedige kledij, die de hedendaagse mode schijnt te willen opdringen'.

In Groot-Brittannië en vooral de Verenigde Staten ging de emancipatie van de vrouw nog verder. Vrouwen werden er (noodgedwongen) ingeschakeld in de oorlogsindustrie. Het contact met de nieuwe wereld van de fabriek en de stad zorgde er voor dat zij zich losmaakten van de verstikkende greep van de echtgenoot, de ouders of het dorp. Ook hier hoorde een kledij bij die passend was om in de oorlogsfabrieken aan de slag te gaan. Het droeg allemaal bij tot het zelfbewustzijn van de vrouw.

## **Roaring twenties**

Na de oorlog zetten arbeiders en vrouwen naarstig hun weg verder naar emancipatie. Het leverde hen politiek stemrecht, sociale rechten en een beter loon op. Steeds meer vrouwen onttrokken zich aan hun taken rond de haard en zochten zich een plaats in de wereld. Deze wereld was ook oneindig veel groter, gevarieerder en vooral zoveel boeiender geworden. Het vrije marktsysteem en de massificering van de productiemethoden hadden gezorgd voor een ogenschijnlijk onbeperkt aanbod van nieuwe producten en trends. De beperking van de arbeidsduur en als gevolg hiervan een toename van de vrije tijd zorgden dat er ook een gretige vraag ontstond naar al die nieuwigheden.

In Europa gebeurde dit door het moeizaam naoorlogs herstel allemaal wat trager, maar in de Verenigde Staten was er geen houden aan de ‘American way of life’. Meer welvaart en winsten lagen in het handbereik van allen ... dacht men. Het verklaart de speculatiekoorts van de jaren twintig en de exponentiële groei van de Dow Jones tot 1929. Bij vele Amerikanen creëerde het een gulzige drang om volop te genieten van deze economische boom. President Coolidge vatte in 1925 de consumptiedrift van zijn landgenoten gevat samen: *‘De zaken die het Amerikaanse publiek het belangrijkste vindt, zijn zakelijke zaken’*.

Het archetype van deze welvaartsmaatschappij was de auto, tevens de aanjager van vele andere industrietakken (wegen- en bruggenbouw, olieraffinage, bandenfabrieken, garages,...). Voor Henry Ford was de auto – zijn auto uiteraard – het symbool van deze Amerikaanse vrijheid. De productiemethoden werden zo geoptimaliseerd dat de prijs van zijn beruchte T-model daalde tot 290 dollar. Ieder modaal gezin moest zich immers een wagen kunnen permitteren. Op het einde van de jaren 1920 was er in de VS gemiddeld één wagen per gezin. De auto werd ook een

onderdeel van een heuse ontspanningscultuur. Met de auto reed men naar de bioscoop, het theater, de bar, het drive-in restaurant of het warenhuis waar men zich de producten van de nieuwe genotsmaatschappij kon aanschaffen: huishoudelijke apparaten, cosmetica, lingerie, geparfumeerde zeep,...



**Billboard langs de weg (uit de jaren 1930)**  
(<http://theorris.com>)

De *roaring twenties* (letterlijk: roerige jaren twintig) stonden symbool voor snelheid, vooruitgang, gulzige consumptie en onbezorgd plezier. Trends of rages in film, muziek of mode kregen een gezicht in *'the celebrity'*. De sterren van de jaren twintig waren de glamourfiguren die men zag in de Hollywoodfilms, de Broadwayshows of op de billboards langs de weg. De nieuwe idolen waren Buster Keaton, Mae West, Douglas Fairbanks, Louis Armstrong, Al Jolson, Josephine Baker, Joan Crawford, Clara Bow en vele, vele anderen.

## **De flapper**

Het liberale klimaat, de kantelende normen en de nieuwe ontspanningsvormen gaven een podium aan een nieuw vrouwtype: de flapper. Zij was de zelfzekere en geëmancipeerde jonge vrouw uit de grootstad die zich graag ophield in jazzbars. Haar attributen waren het jongensachtige kapsel, de korte neervallende jurk die – misschien wat

verwonderlijk – weinig aandacht besteedde aan de vrouwelijke rondingen, én het lange halssnoer die haar charlestonpassen kracht bijzette. Indien ze niet danste vond men haar terug aan de bar, ongeneerd flirtend, een cocktail in de ene en een sigaret in de andere hand. Helen Kane, een middelmatige maar razend populaire actrice en zangeres, belichaamde bij uitstek de Amerikaanse *flapper*. De manier waarop zij op het podium de mannelijke bewonderaars bespeelde was ongezien. Haar gestifte kleine rode mond en het kokette ‘*boop-boop-a-doop*’ brachten dan ook heel wat mannen in een opgewonden stemming.



**Cover van Life Time Magazine (1926): een flapper met een oudere man**  
(<http://history1900s.about.com>)



**Coleen Moore was een gevierd actrice en gold als een van de iconen van het flapperisme**  
(<http://web.emerson.edu>)

De flapper kan doorheen de geschiedenis misschien wel geëvolueerd zijn tot een karikatuur van de *twenties*, maar toch belichaamde zij wel degelijk datgene wat vele moderne vrouwen wilden zijn: vrijgevochten en wat ondeugend. Het besef groeide dat uitstraling bepalend was om



in het leven te slagen. In dit opzicht is de film 'It' (1927) veelzeggend over hoe de nieuwe vrouw er moest uitzien. Charmant gekleed was één zaak. Maar om 'it' ('het' dus...) te hebben moest zij over een bijzonder magnetisme beschikken. Heel de film is in feite een ode aan de uiterlijkheid, aan de gave om de andere sekse te verleiden.



Clara Bow was het meisje uit de film 'It'. Zij was zo populair dat zij in 1930 diende als inspiratiebron voor de cartoon van Betty Boop. Deze Betty groeide tijdens de jaren 1930 tot een sekssymbool in de VS (<http://theroaringtwentieshistory.blogspot.be>)

### **Ook Europa in de ban van de flapper**

Alhoewel het 'flapperisme' vooral een Amerikaans fenomeen was, werd de nieuwe stijl door films, tijdschriften en muziekplaten ook buiten de VS een echte rage. In Engeland kreeg de nieuwe trend met de *Bright Young Things* vrij zeer excentrieke navolgers. Deze groep vond vooral aanhang in hogere en zelfs aristocratische milieus. Met hun wilde feestjes gelardeerd met alcohol, drugs en vrije seks, schopten ze de Engelse goegemeente meermaals tegen de schenen. Ook Berlijn raakte in de ban en knipte lustig mee met de jazzmuziek. Tussen 1924 en 1929 heerste er in de Duitse hoofdstad een bruisend en



Josephine Baker (<http://ds.haverford.edu>)

bohémienachtig nachtleven waarin de grenzen van de moraliteit werden afgetast. De nochtans kosmopolitische Duitse graaf Kessler reageerde verrast wanneer hij 's nachts op één van de Berlijnse feestjes binnenkwam: *'Ik liep het appartement pas na middernacht binnen. Eens te meer zag ik een bizarre collectie mensen. Niemand leek elkaar te kennen. De namen van de vrouwen, al dan niet deels ontkleed, waren niet te verstaan en het was onmogelijk te zeggen of het geliefden waren, hoeren of dames. Op de grammofoon werden aan één stuk populaire hits*

*gedraaid, maar Josephine Baker zat op een bank hotdogs te eten in plaats van dat ze danste. Zo ging het door tot drie uur, toen ik vertrok.'* In Europa liet inderdaad vooral de 'zwarte' Baker met haar halfnaakte optredens en zwoele dansritmes van zich spreken. De optredens van de Amerikaans-Franse actrice werden in conservatieve milieus met afschuw onthaald. In het voornamen Wenen werd in 1928 alles in het werk gesteld om een van haar voorstellingen te boycotten ... echter tevergeefs.

In Parijs sloeg het Amerikaanse 'flapperisme' minder aan. Blijkbaar was de frivole traditie van de 'hoofdstad van de liefde' beter bestand tegen de Amerikaanse invloeden. Maar ook daar waren er de cabarets en de privéfeestjes waar tot diep in de nacht de klanken van de jazz te horen waren. George Gershwin deed er inspiratie op voor zijn meesterwerk *An American in Paris* waarin hij Europese en Amerikaanse muziekinvloeden samenbracht. De Parijse evenknie van



**Gabrielle Chanel in 1928**  
(<https://en.wikipedia.org/>)

de Amerikaanse *flapper* was de elegante parisienne die zich kleepte in de nieuwe ontwerpen van Chanel: comfortabele truien, eenvoudige maar modieuze jurken en plooirokken met een verlaagde taille. Ook het Franse mode-icoon meende dat vrouwelijke elegantie geen kwestie van kleding alleen was. Ook zij vond dat de uitstraling van een vrouw niet alleen bepaald werd door haar kleren. Een modern kapsel, een frivol haarlint, een bijhorend parfum en dito juwelen maakten de vrouw helemaal 'af'.

## **En in België**

De Belgische bourgeoisie had traditioneel de gewoonte om de Parijse cultuur te imiteren. Dit was al jaren het geval voor de beeldende kunsten, muziek, literatuur, vrijetijdsbesteding en mode. Het was dan ook niet verwonderlijk dat in de grote steden tijdens de jaren twintig stukken van Chanel werden verkocht. Echte 'flapper-toestanden' heeft men hier niet gehad. Maar ook op de Brusselse Louisalaan en de Antwerpse Meir dook het *garçonne*-type op. Behalve Chanel was er ook het Brusselse modehuis Honorine 'Norine' De Schryver wiens ontwerpen tot in Parijs respect afdwongen. In Antwerpen was er 'Tienrien', een atelier waar Franse ontwerpen werden gekopieerd en waar meer dan honderd naaisters in dienst waren. In de buurt van de Groenplaats, de Meir en de Nationalestraat poogden de warenhuizen een Parijse ambiance te creëren met winkeljuffrouwen die Frans



spraken. Het is in deze buurt dat zich veel later ‘Het Modepaleis’ van Dries Van Noten en het MOMU (Modemuseum) zouden vestigen.

\*\*\*

Eind 1929 kwam de ontnuchtering. In New York stortte de Dow Jones volledig in. De rijkdom van velen bleek plots niet meer dan een zeepbel. Hiermee spatte het sprankelende optimisme van de *roaring twenties* uit elkaar. In kroegen en nachtclubs werd het allemaal wat minder. Had het met de crisis te maken of niet, het modebeeld werd tijdens de jaren 1930 in elk geval opnieuw traditioneler. De kleding moest opnieuw meer de lijnen van het vrouwelijke lichaam volgen en rokken werden ook weer wat langer. Iedereen weet dat niets zo vluchtig is als de kledingmode... Dat wist ook Coco Chanel, maar ze voegde er een wijsheid aan toe: *‘Le mode se démode, le style jamais!’*

#### **Gebruikte literatuur**

- ✓ P. BLOM. *Alleen de wolken. Cultuur en crisis in het westen 1918-1938*. Amsterdam, 2014.
- ✓ M.-A. WILSSENS. *Bij leven en welzijn. Een eeuw dagelijks leven in België*. Tielt, 1999.
- ✓ <http://www.fashioninantwerp.be>
- ✓ <http://www.smithsonianmag.com>

*Patrick Praet*