

Društvene prilike dvadesetih godina 20. stoljeća i njihov utjecaj na modu

Pilić, Tena

Undergraduate thesis / Završni rad

2017

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Textile Technology / Sveučilište u Zagrebu, Tekstilno-tehnološki fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:201:856144>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-29**



Repository / Repozitorij:

[Faculty of Textile Technology University of Zagreb - Digital Repository](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
TEKSTILNO-TEHNOLOŠKI FAKULTET
TEKSTILNI I MODNI DIZAJN

ZAVRŠNI RAD
DRUŠTVENE PRILIKE DVADESETIH GODINA 20. STOLJEĆA
I NJIHOV UTJECAJ NA MODU

TENA PILIĆ

Zagreb, lipanj 2017.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
TEKSTILNO-TEHNOLOŠKI FAKULTET
TEKSTILNI I MODNI DIZAJN
MODNI DIZAJN

ZAVRŠNI RAD
DRUŠTVENE PRILIKE DVADESETIH GODINA 20. STOLJEĆA
I NJIHOV UTJECAJ NA MODU

doc. dr. sc. Katarina Nina Simončić

TENA PILIĆ

Zagreb, lipanj 2017.

UNIVERSITY OF ZAGREB
FACULTY OF TEXTILE TECHNOLOGY
TEXTILE AND FASHION DESIGN
FASHION DESIGN

FINAL PAPER
SOCIAL OPPORTUNITIES OF 1920s
AND THEIR INFLUENCE ON FASHION

doc. dr. sc. Katarina Nina Simončić

TENA PILIĆ

Zagreb, June 2017

Sastav povjerenstva za obranu i ocjenu završnog rada:

1. Doc. dr. sc. Irena Šabarić, predsjednik
2. Doc. dr. sc. Ivana Salopek, član
3. Doc. dr. sc. Katarina Nina Simončić, član
4. pred. dr. sc. Silva Kalčić, zamjenik člana

Abstract

The 1920s left a great mark on fashion by starting the revolution of freedom and modernity. My final paper deals with studying the influence that the newly formed social opportunities had on the fashion of the Roaring Twenties. The aim is to determine which changes following World War I altered the society, consequently influencing the attire of the time. Shocking changes were essentially the result of a desire to enjoy life, exploiting all that it can offer, discovering its new meaning ... For the war deprived so many lives, and ruined even more. Freedom and rebellion that are born in people, especially the youth, bring along a new concept of beauty, not only in fashion, but in the style of living. These changes had the greatest impact on women, who, having fought for their rights, cause shock through their insurgence and broadmindedness, all of which is greatly reflected on their way of dressing. That is how the flapper girl was born. Fluttering and flamboyant dresses above the knee, deep necklines, short hair, intense makeup, a drink in one hand and a cigarette in the other – this briefly describes the image of the “new woman” of the Roaring Twenties.

Key words: Roaring Twenties, flapper, flaming youth, Art Deco, Hollywood

Sažetak

Dvadesete godine 20. stoljeća svojim su značajem ostavile veliki trag na modi započevši revoluciju slobode i modernosti. Moj završni rad bavi se proučavanjem utjecaja novonastalih društvenih prilika na modu ludih dvadesetih. Cilj je utvrditi koje su promjene završetkom Prvog svjetskog rata izmijenile društvo te tako imale upliv na tadašnje odijevanje. Šokantne promjene u suštini su bile posljedica želje za uživanjem u životu, iskorištavanjem svega što može ponuditi, pronalaska novog smisla... Jer rat je uskratio mnogo, a uništio još i više. Sloboda i buntovnost koja se rađa u ljudima, posebice mladeži, donosi sa sobom novi pojam ljepote, ne samo u modi nego i u načinu života. Ove promjene najveći utjecaj ostavile su na ženama koje, nakon što su se izborile za svoja prava, šokiraju svojom buntovnošću i slobodoumnošću, a sve to se uvelike odražava na njihovo odijevanje. Tako nastaje *flapper* djevojka. Lepršave i nakićene haljine iznad koljena, duboki izrezi, kratka kosa, intenzivna šminka, piće u jednoj, a cigareta u drugoj ruci- ukratko opisana slika "nove žene" ludih dvadesetih.

Ključne riječi: lude dvadesete, *flapper*, goruća mladež, *Art Deco*, Hollywood

Sadržaj

1. Uvod	1
2. Poslijeratno društvo	3
3. F. Scott i Zelda Fitzgerald	4
4. Nova slika žene.....	5
5. Kratka ženska kosa	7
6. Utjecaj <i>Art Decoa</i> na modu i modne dizajnere.....	9
7. Utjecaj jazz glazbe.....	15
8. Utjecaj medija i marketinga.....	16
9. Utjecaj Hollywooda i slavnih osoba	19
10. Gangsteri kao inspiracija za mušku modu	23
11. Utjecaj sporta na modu	25
12. Mladež i sveučilišna moda	27
13. Utjecaj vojne uniforme na svakidašnju modu	30
14. Zaključak	33
Literatura	36

1. Uvod

U svojem završnom radu bavit ću se istraživanjem utjecaja društvenih prilika na modu i odijevanje tijekom razdoblja dvadesetih godina 20. stoljeća. Moje istraživanje bazirati će se ponajviše na promjene u društvima tada najutjecajnijih zemalja: Sjedinjene Američke Države, Ujedinjeno Kraljevstvo i Francuska. Cilj je utvrditi koje su poslijeratne promjene i kako izmijenile način života i stavove tadašnje populacije te time i način odijevanja. U ovom razdoblju događaju se značajne promjene koje se očituju svojom ekstravagancijom i tako uvelike mijenjaju pogled na svijet mnogih, a posebno žena koje su ovo desetljeće učinile na neki način svojim. Iz tog razloga obrađivati ću više promjene u ženskoj modi nego li u muškoj jer naime, muška moda nije proživjela velike promjene. Tako obrađujem pitanje nove slike žene koja je ključna za šokantne promjene u modi. No prvo krećem s osnovnim informacijama tadašnjeg društvenog i ekonomskog razvoja u poslijeratnom razdoblju, a nakon toga ukazujem na "osnivače" novih i modernih vrijednosti koje su ovo desetljeće doista učinile ludima- F. Scotta i Zeldu Fitzgerald. Još jedan bitan čimbenik čiji utjecaj obrađujem jest kratka ženska kosa koja u svojoj banalnosti krije cijelu jednu revoluciju također povezanu s novom ulogom žene u društvu. Također, jedne od najvažnijih utjecaja u sebi nose umjetnost (*Art Deco*) i jazz glazba koji svojim osobitostima mijenjaju dotadašnju modu. U tom dijelu rada posebno sam se osvrnula na utjecaj *Art Deco* na tada najistaknutije modne dizajnerice kao što su Coco Chanel, Jeanne Lanvin i Madeleine Vionnet koje su i pojave novih vrijednosti dodatno inspirirale. Uz sve to bilo je bitno istražiti utjecaje medija, Hollywooda i njegovih filmskih zvijezda kao jednih od najvećih *trendsetera*; zatim su tu i gangsteri, moćni pojedinci koji su uz hollywoodske zvijezde također zaluđivali mase. Ne smijem zaboraviti na utjecaj sporta koji tada postaje jedan od najpopularnijih oblika zabave, kao niti na modne trendove koji su nastali inicijativom mladeži na sveučilištima. Na kraj, ali ne manje važan, je utjecaj vojne uniforme na svakodnevno odijevanje tj. modu. Literatura kojom ću se koristiti sastoji se od knjiga, članaka i internetskih stranica kao dodatnih izvora. Dvojac, Sara i Tom Pendergast, svojim djelom *Fashion, Costume and Culture (Clothing, Headwear, Body Decorations, and Footwear through the Ages)* detaljno obrađuju povijest odijevanja od samih početaka sve do danas. Obuhvatili su, ne samo odjeću i obuću kao predmet istraživanja, već su obradili načine ukrašavanja i uređivanja putem frizura, nakita, šminke i/ili tetoviranja. U knjizi *Designing Women: Cinema, Art Deco, and the Female Form*, Lucy Fischer dokumentira sveprisutnost *Art Deco* u mainstream potrošačkom društvu i njegovu povezanost s pojavom "nove žene". Arnold Shaw svojom knjigom *The Jazz Age: Popular Music in the 1920's* obuhvaća cjelokupnu jazz scenu dvadesetih godina prošlog stoljeća, ali isto tako daje jako dobar uvid u čimbenike koji su potaknuli nastanak takve žive

glazbe te kakve je promjene ista ta glazba uzrokovala kasnije. *The Roaring Twenties*, autora Thomasa Streissgutha izvrstan je izvor svih potrebnih informacija o razdoblju ludih dvadesetih-obuhvaća svu složenost dvadesetih godina 20. stoljeća, točnije njihovu društvenu, političku i ekonomsku povijest. Vrlo sličnog karaktera je i knjiga *The American Pageant, 15th edition* troje autora David M. Kennedyja, Lizabeth Cohen i Thomas A. Baileyja. Djelo *The 1920's* autora Kathleen Morgan Drowne i Patricka Hubera prikazuje šarolike načine na koje je ovo desetljeće promijenilo Ameriku, njezine ljude i njihovu budućnost. Još jedno djelo Lucy Fischer, *American Cinema of the 1920s: Themes and Variations*, odličan je pogled u prošlost odnosno početke kinematografije i uspona Hollywooda. Članak koji odlično obrađuje problem kratke ženske kose te pomaže shvatiti razloge njezine pojave u tadašnjoj modi je rad Stevena Zdatnyja pod nazivom *The Boyish Look and the Liberated Woman* iz kolekcije *Fashion Theory* (prvo izdanje).

2. Poslijeratno društvo

Završetkom Drugog svjetskog rata 1918., točnije u vremenu od 1919. do 1929. godine, započinje razdoblje povijesti poznato pod nazivom 'lude dvadesete' (*Roaring Twenties*). Nakon mukotrpnih i mračnih godina rata ljudi zaboravljaju oprez i strah te se prepuštaju užicima života. Također, sama se ekonomija i političko ozračje pojedinih zemalja mijenjaju te tako još više utječu na ponašanje društva. Tvornice prebacuju svoju proizvodnju s vojne opreme na komercijalna dobra na kojima dobro zarađuju. Zemlje u kojima se ova promjena mogla najviše uočiti su, na prvom mjestu, Ujedinjene Američke Države i značajnije zemlje Europe kao što su Francuska i Velika Britanija. Naime, USA su bile najveća ekonomska sila koja se obogatila na opremanju europski zemalja hranom i drugim potrepštinama tijekom rata. Zemljama Europe zahvaćenim ratom trebalo je nekoliko godina do potpunog oporavka, no kada su ga dosegli i ondje je život bio u punom zamahu. Konzervativna stajališta se sve više zanemaruju što šokira dio društva koji je i dalje ostao vjeran tradicionalnom načinu života. Sloboda i buntovništvo koji se javljaju u načinu života, uvjerenjima, odijevanju, potječu od mladeži koja postaje nosilac ove promjene. Nove tehnologije, novi konzumni proizvodi i novi oblici provođenja slobodnog vremena učinili su dvadesete godine 20. stoljeća doista ludima. Rapidan razvoj ekonomije kretao se paralelno s promjenama u stilu života i shvaćanjima vrijednosti. Sve više ljudi odlazi živjeti u gradove gdje se sada grade neboderi i novi poslovni objekti. Ekonomski bum omogućio je mnogima dobru zaradu pa potražnja za proizvodima kao što su radio uređaji, automobili i kućanski aparati postaje sve veća. Također, sve više važnosti se pridodaje sustavu školovanja čije je financiranje omogućio već spomenuti ekonomski razvoj. Veliki broj djece i mladih ljudi sada je bilo u mogućnosti primiti odgovarajuće i kvalitetno obrazovanje. Tako su se mladi, koji bi završili fakultete zapošljavali, zarađivali i trošili novac na automobile, lijepu odjeću, zabave i piće. Kada smo kod pića, u Americi su, naime, vlasti 1919. godine uvele zabranu prodaje i konzumiranja alkohola zvanu prohibicija. Unatoč pokušajima uvođenja reda i kažnjavanja prijestupnika i dalje je potražnja za alkoholom bila velika. To su iskoristili mnogi gangsteri koji su se krijumčarenjem i prodajom alkohola obogatili. Tako dolazi do procvata gangsterizma u Americi.

3. F. Scott i Zelda Fitzgerald

Tekstopisac i glumac Hoagy Carmichael jednom je napisao:

“The postwar world came in, with a bang of booze, flappers with bare legs, jangled morals and wild weekends.”¹

Uživanje u alkoholu, *flapper* djevojke, iskrivljeni morali i ludu vikendi, sve je to započelo sa supružnicima Fitzgerald. Nakon što je objavio svoj prvijenac *This Side of Paradise* u travnju 1920. godine², F. Scott Fitzgerald je započeo novu, modernu i ludu eru. Gotovo preko noći ovaj se autor proslavio svojom knjigom te postao 'duhovnim vođom' mladeži i utemeljiteljem ludih dvadesetih. Nakon velikog uspjeha knjige i stečene slave, Scott i njegova žena Zelda kreću na ludi pohod Long Isladom obilazeći raskalašene zabave i pijančevanja što je Scotta nakon određenog vremena emocionalno i financijski iscijedilo. Postoje pisani izvori o tome kako se ovaj bračni par znao divlje zabavljati; primjerice, Zelda je potpuno trijezna i u odjeći uskočila u fontanu na Union Squareu, poput djece su se zajedno vrtjeli unutar rotirajućih hotelskih vrata gotovo pola sata, plesali su po stolovima restorana i namjerno aktivirali protupožarne alarme. Jednom prilikom je zaštitar u njihovoj prisutnosti tražio izvor vatre, a Zelda je pokazala na svoje grudi i viknula „Ovdje!“. Ponašanje koje su 'njegovali' Scott i Zelda tipično je za mlade i buntovne ljude, u ovom slučaju mladež poslijeratnog razdoblja koja je u potrazi za novim vrijednostima kako bi zaboravila strahote rata i udaljila se od zastarjelih ideala svojih roditelja. Nakon godina ludovanja supružnici se odlučuju za selidbu u Europu kako bi se maknuli od ekstravagantnosti novonastalog svijeta koji je Scott opisao kao *gayest world*, ukazujući na glavne njegove atribute kao što su bezbrižnost i vedrina. Ovaj svijet pisac je jako dobro opisao i približio nadolazećim, ali i starijim generacijama kroz svoja djela. Svoju prvu knjigu Scott je opisao kao „a novel about flappers written for philosophers“³ što je kasnije uzeo kao naziv za svoju sljedeću knjigu *Flappers and Philosophers*, kolekciju kratkih priča. No prije nego je kolekcija trebala biti objavljena Scott je smatrao da je izraz *flapper* zastario i svoje djelo je preimenovao u *Tales of the Jazz Age* i na taj način dao ovom razdoblju novi nadimak koji je ujedinjavao mentalitet s tada popularnom glazbom. Mnogi su umjetnici onoga vremena htjeli dočarati ozračje ludih dvadesetih svojim djelima, bile to knjige, glazba ili mjuzikli. Nitko nije to uspio u onoj mjeri kako su to prikazali supružnici Fitzgerald, svojim načinom života i svojim djelima. Uvelike su utjecali na mladež svojeg vremena koja ih je kopirala u svemu što su činili;

¹ Shaw, A. *The Jazz Age: Popular Music in the 1920's*, Oxford University Press, New York, 1987, str. 4

² Shaw, A. *The Jazz Age: Popular Music in the 1920's*, Oxford University Press, New York, 1987, str. 4

³ Shaw, A. *The Jazz Age: Popular Music in the 1920's*, Oxford University Press, New York, 1987, str. 8

bili su njihovi sljedbenici i na taj način širili ludost koja je postala zaštitni znak dvadesetih godina 20. stoljeća. Mnogi su se protivili ovakvom načinu života, smatrali ga nemoralnim i bogohulnim, ali njihova mišljenja bilo je teško čuti pored glasne jazz glazbe.

4. Nova slika žene

1920e godine prvo su razdoblje u povijesti u kojem se bilježi šokantna promjena poimanja žene. Od uzorne kućanice ili mlade djevojke koja je uvijek bila pokorna mužu i normama patrijarhalnog društva, do gotovo potpune suprotnosti- neovisne i buntovne *flapper* djevojke koja stoji rame uz rame s muškarcem svojeg doba. Dvadesete godine prošlog stoljeća tako su svjedočile preokupaciji pitanjem identiteta žene te koja je njezina istinska uloga. Završetkom Prvog svjetskog rata, u razdoblju kada ekonomija određenih zemalja cvijeta, životi postaju ispunjeni novim tehnološkim otkrićima na koje ljudi lagodno troše svoj novac, rađa se sloboda i radost koja opija sve redom, a ponajviše mladež. Opija i u doslovnom smislu, jer konzumacija alkohola postaje jedan od glavnih načina zabave pa i puno privlačnija onda kada je uvedena prohibicija. Buntovništvo i zaboravljanje do tada uvijek poštivanih moralnih kodeksa u svima budi novi pogled na svijet, pa tako i u ženama. Naime, kada su muškarci 1910. godine otišli u rat, žene su preuzele njihova mjesta u tvornicama i tvrtkama. Tijekom četiri godine rata, žene su postale sposobne zaraditi za život izvan kuće. Nisu htjele napustiti svoja radna mjesta kad su se vojnici vratili. Također, uz smrt velikog broja muškaraca (muževa, očeva) tijekom rata, neke su žene bile prisiljene nastaviti zarađivati kako bi uzdržavale svoje obitelji. Nedoumica u odlučivanju hoće li se žene vratiti svojem starom načinu života ili nastaviti sa svojom novostečenom nezavisnošću bio je glavni problem u borbi za prava žena. Tako mogu zaključiti da nije samo poslijeratno ludilo uzrok njihovoj želji za osamostaljenjem i slobodom, već i ono kroz što su prolazile tijekom rata. Ti uvjeti su im pokazali da su sposobne za mnogo više te da doista mogu parirati muškarcima. Uz sve to, kao i uz rast i razvoj školstva, sve više žena obrazuje se na prestižnim sveučilištima. Svoje znanje i vještine koristile su ponajviše u borbi za pravo glasa. One koje su svoj život posvetile upravo tomu jesu sufražetkinje (eng. *suffragettes*). Suфраžetkinje su bile članovi ženskih organizacija u kasnim godinama 19. i početkom 20. stoljeća koje su zagovarale pravo glasa na javnim izborima za žene. U Americi, 1915. godine predsjednica *National American Woman Suffrage Association* Clarrie Chapman Catt, osmislila je plan za koji je garantirala da će uspjeti, točnije da će u roku od 6 godina ona i njezine kolegice ostvariti pravo glasa za žene u svim američkim državama.⁴ Naime, 9. siječnja 1918. američki predsjednik Wilson javno je podržao tzv. *Anthony Amendment* (nazvan po

⁴ Streissguth, T. *The Roaring Twenties*, Revised Edition, Facts On File, New York, 2007, str. 40

sufražetkinji Susan B. Anthony) čija je suština bila, naravno, zahtijevanje prava glasa za žene. Nakon što amandman nije odobren od strane senata, sljedeće godine predsjednik je učinio isto te je amandman napokon odobren 4. lipnja 1919. i poslan svim državama Amerike na razmatranje.⁵ Nakon dugotrajne borbe sufražetkinja u pokušaju dokazivanja da su žene bitna stavka društva, jednako kao i muškarci, države Amerike napokon su sve potpisale deklaraciju 26. kolovoza 1920. godine i time omogućile ženama ono za što su se dugim godinama žrtvovala.

Lančana reakcija promjena u životu žene nastavlja se. S pravom glasa i neovisnošću, žene polako počinju progovarati o svojoj seksualnosti i njezinim problemima, od čega je jedan i neželjena trudnoća. Utemeljiteljica ovakvog razmišljanja je Margaret Sanger, tadašnja medicinska sestra koja je radila sa siromašnim imigrantima gdje se upoznala s poteškoćama neželjene trudnoće. Inspirirana tim problemima Sanger je, gotovo samostalno, započela moderan kontracepcijski pokret. Prvobitna ideja je bila utemeljiti savjetovališta za sve one koji se žele upoznati s kontracepcijom, no naišla je na prepreku tadašnjih zakona koji su branili pružanje takve vrste informacija. Nakon što je nekoliko puta bila uhićena zbog promoviranja kontracepcije i pokušaja otvaranja kontracepcijskih klinika, Sanger je stekla određenu dozu medijske popularnosti. Na posljetku, Margaret Sanger je uspjela u svojem naumu i 1923. godine otvorila prvu kontracepcijsku kliniku u New Yorku (*Birth Control Clinical Research Bureau*).⁶

Sve ove promjene uvelike utječu na ženski dio populacije. Neke šokiraju, druge oduševljavaju i daju im slobodu koja će roditi pravu *flapper* djevojku. Ona je moderna mlada žena koja uživa u trošenju novca na lijepu odjeću, zabave i spojeve. Njezini glavni poroci su cigarete i alkohol, a glavni atributi vitka linija, dječjački kratka kosa i našminkano lice. Haljine i suknje su svjetlucave, prepune resa i perli te time pokazuju njezin razigrani i koketni karakter. Njezino tijelo je oslobođeno dubokim izrezom na leđima, izostavljenim rukavima i dužinom haljine koja se penje iznad koljena, i sve to joj omogućava lude provode i ples uz jazz glazbu. Ona živi užurbano i po svojim pravilima. Zanimljiva činjenica da je tijekom rata ženama prvi put ikad bilo dopušteno ući u slavni bar hotela Ritz, inače rezerviranog samo za muškarce, ukazuje na to kako su žene polako, ali sigurno prilazile svojoj neovisnosti. Koliku su slobodu *flapper* žene uživale, točnije, kakvo su mišljenje imale o sebi i kave nade gajile za sljedeće naraštaje, može nam dočarati i izjava Zelde Fitzgerald za jedan magazin 1924. godine u kojem je govorila o odgoju svoje kćeri: “ I'm raising my girl to be a flapper. I like the jazz generation, and I hope that my daughter's generation will be jazzier. I want my girl to do as she pleases, be what she

⁵ Streissguth, T. *The Roaring Twenties*, Revised Edition, Facts On File, New York, 2007, str. 41

⁶ Streissguth, T. *The Roaring Twenties*, Revised Edition, Facts On File, New York, 2007, str. 43

pleases,...⁷ Ako je itko živio životom prave *flapper* djevojke, to je bila Zelda koju zapravo možemo smatrati prototipom *flapper* djevojke. Iz ovog citata mogu zaključiti da se ona također zalagala za neovisnost žena. U intervjuu nastavlja: "I think woman gets more happiness out of being gay, light-hearted, unconventional, mistress of her own fate, then out of a career that calls for hard work, intellectual pessimism and loneliness. I don't want Pat to be a genius. I want her to be a flapper, because flappers are brave and gay and beautiful."⁸ Njezino razmišljanje bilo je tipično za svaku istinsku *flapper* djevojku; za slobodnu, buntovnu ženu koja ne pronalazi zadovoljstvo u teškom radu i lovu na karijeru... Ona je bezbrižni hedonist kojoj je glavni cilj što više se zabavljati. Razlika između sufražetkinja i *flapper* djevojaka je u njihovom pogledu na svijet, što je posljedica društvenih promjena. No ono što ih zasigurno ujedinjuje je mišljenje da žena može biti ravnopravna muškarcu te da zaslužuje svoju slobodu s kojom može raditi što god poželi.

5. Kratka ženska kosa

Kratka kosa bila je jedan od glavnih atributa djevojke i žene ludih dvadesetih- bilo da se radilo o bob frizuri koja dopire do brade ili čak o kraćoj kosi dječjačkog stila, ravnoj ili s tzv. *Marcel waves*, ovakva kosa bila je puno više od samo prolaznog trenda- ona je bila simbol revolucije. Kao i za mnogo drugih promjena tako se srž i ove promjene nalazi u onome što su žene proživjele tijekom rata. Preuzevši ulogu glave obitelji i teret uzdržavanja njezinih članova, žene su uz saznanje da su sposobne za ono što im se uvijek branilo stekle određenu dozu samostalnosti i očvrsnule svoj stav. Nakon završetka rata rađa se u njima velika želja za neovisnošću od svih i svega što ih je do tada sputavalo, a jedan od pokazatelja njihova buntovništva postala je prilično kratka kosa. Uskoro započinje dominacija kratke kose koja je tradicionalistima predstavljala radikalnu viziju nove žene. I tako značenje kratke kose nije ležalo samo u njezinoj šokantnoj dužini već u činjenici da su se stari modni nazori počeli urušavati. Ono što je uplašilo mnoge konzervativne čuvare tradicije jest upravo kulturna revolucija koja je pokrenuta nečim banalnim kao što je dužina ženske kose. Nisu se samo oni vjerni tradiciji brinuli- frizeri su smatrali da će njihov posao propasti jer kratka kosa je bila laka za samostalno održavanje kod kuće. Nisu se ni nadali da će im upravo ovaj trend donijeti iznenađujuću zaradu i slavu. Kovrčanje, ukrašavanje, bojanje, stiliziranje, sve su to bile radnje koje su mogle dosegnuti visoke cifre kojima su frizeri dobro zarađivali, a žene nisu marile jer od same cijene bilo im je važnije biti u trendu. Frizer koji se posebno proslavio jest Parižanin

⁷ Shaw, A. *The Jazz Age: Popular Music in the 1920's*, Oxford University Press, New York, 1987, str. 7, 8

⁸ Shaw, A. *The Jazz Age: Popular Music in the 1920's*, Oxford University Press, New York, 1987, str. 8

Marcel Grateau koji je 1897. izmislio već spomenute *Marcel waves* čija je posebnost bila prirodniji izgled (umjetno nastale) valovite kose i duže trajanje valovitosti.⁹ Kasnije je osmišljeni bolji i trajniji način kovrčanja ženske kose, tzv. *perm* (skraćeno od eng. *permanent-trajno*) koji je ostajao postojan čak i uz redovito pranje kose šamponom. Proizvođači perika su također bili u strahu od pada potražnje za njihovim proizvodima, no izrađujući perike u skladu s posljednjim i najpopularnijim trendom, nestala je svaka briga. Perike su postale vrlo popularne i masovno su se prodavale, posebice nakon što su ih modni časopisi predstavili kao *must have*. Iz svega ovoga zaključujem da ženska kosa time što je postala kraća, nije postala jeftinija za održavanje (što bi nama danas bilo logično)- postala je luksuz, vrhovni trend, ali i glavni čin emancipacije. Naime, nestankom figure pješčanog sata koja je bila zastupljena u prethodnom stoljeću te slojeva tkanine koji su gušili i sputavali, dolazi do oslobođenja tijela i uvođenja jednostavnosti i dječaćkog izgleda, točnije, promovira se *an active looking body* koje sada postaje pojam ženstvenosti i elegancije. Sve više ljudi dvadesetih godina prošlog stoljeća bavi se sportom ili ga redovito prati odlazeći na utakmice. Tako se uz vitku, atletsku građu tijela djevojke odlično uklapala kratka i jednostavna frizura koja, iako je izgledala sportski najčešće nije imala veze sa sportom. Mladež je bila glavni nosilac ovih ludih promjena što upućuje na činjenicu da kompletan *new look* dvadesetih odiše mladenaštvom. Kratka kosa bila je samo jedan od "glasova" nove generacije i težnja ka inverziji zastarjelih vrijednosti. Mlade žene su one koje su počele diktirati slijed promjena u modi unatoč starijim članovima društva koji su, i dalje se zalažući za modna pravila *Belle Epoque*, gledali na njih s neodobravanjem. Ovim se nije samo dogodila promjena u oblikovanju ženske frizure već i u socijalno-ekonomskim aspektima društva: novi trend sada je zahvaćao ne samo elitu već srednji sloj društva te radničku klasu, a potražnja za trendi proizvodima i uslugama, kojoj je pogon bila energija mladih žena, postaje sve veća i mnogi time profitiraju. Trend dječaćki kratke kose kod žena bez ikakvog suzdržavanja je rušio sve tradicionalne modne granice i tako najavljuvao trenutak kulturalne transformacije što je utjeralo strah u kosti mnogim protivnicima ovoga stila- oni su to vidjeli kao raspad socio-seksualnog reda.¹⁰ Neki teoretičari pak poriču da su kratka kosa, pa i moda općenito, bili valjani simboli revolucije. Steven Hause tvrdi da sloboda u modi nije bila pokazatelj slobode žena. Osvrće se na poslijeratnu Francusku gdje su žene dobivale otkaze, a pravo glasa im je bilo uskraćeno. Prema tome on zaključuje da rat nije proizveo vrstu

⁹ Zdatny, S. The Boysh Look and the Liberated Woman: The Politics and Aesthetics of Women's Hairstyles, *Fashion Theory*, Volume 1, Issue 4, Berg, United Kingdom, 1997, str. 373

¹⁰ Zdatny, S. The Boysh Look and the Liberated Woman: The Politics and Aesthetics of Women's Hairstyles, *Fashion Theory*, Volume 1, Issue 4, Berg, United Kingdom, 1997, str. 380

emancipacije koju moda može istinski prikazati.¹¹ Prema tome kratka kosa, kratke haljine, pušenje cigareta, pijenje alkohola i sl., bili su znakovi otpora i revolucije, ŽELJA za slobodom, ali ne i sama sloboda. Sve to započelo je put kojim se na kraju oformio ažurirani oblik pokoravanja trendu. Tako sve više žena radije usmjerava svoju energiju na uljepšavanje i dokolicu, a sve manje na političku aktivnost. Trošenje novca u svrhu praćenja trenda i uklapanja u potrošačku masu postaje fetišem. Žene su nemoćne pred željom za posjedovanjem primamljive i trendi robe. Sve polako izmiče kontroli- žene odlaze na frizuru kako bi svom životu dale smisao koji mu nedostaje. Modna revolucija 20-ih godina prošlog stoljeća ne sadrži posebnosti u stilovima koji se javljaju već u komercijalnom iskorištavanju žene u kontekstu njezina fizičkog izgleda. Vrijednosti za koje se borilo u početku postaju iskrivljene jer sloboda i neovisnost ostaju u sjeni dok djevojke lude za šopingom i zabavom. Iako konzumerizam možemo smatrati jednom vrstom ropstva, za žene prošlog stoljeća ovakvo ponašanje činilo se oslobađajućim i znakom njihove neovisnosti o drugima. Istinsko značenje nije sasvim jasno, no sigurno je da je kratka kosa šokirala, oduševila, zavarala i mnogo toga otkrila.

6. Utjecaj *Art Deco* na modu i modne dizajnere

Art Deco stil je umjetnosti koji se prvi put pojavio u Francuskoj neposredno prije Prvog svjetskog rata u razdoblju od 1910. do 1935. godine i svojim se utjecajem širi na sve aspekte svjetskog dizajna¹²- vizualnu umjetnost, arhitekturu, dizajn interijera (namještaj), nakit, svakodnevne uporabne predmete te naposljetku na modu. Kombinirao je modernističke stilove s finim obrtništvom i bogatim materijalima. Tijekom svog vrhunca, *Art Deco* predstavljao je luksuz, glamur, bujnost i vjeru u društveni i tehnološki napredak. Ovaj stil bio je mješavina različitih stilova, ponekad proturječnih, ujedinjenih u težnji ka modrenošću. Od samog početka *Art Deco* je bio pod utjecajem geometrijskih oblika kubizma, svijetle boje fauvizma i baleta, egzotičnosti stilova Kine i Japana, Indije, Perzije, drevnog Egipta i Majanske umjetnosti. Koristili su se rijetki i skupi materijali, kao što su ebanovina i slonovača te se zahtijevala izvrsnost obrtničkog rada. Najčešće korištene boje bile su crna, bijela, zlatna i srebrna koje su ovom stilu davale minimalistički štih, no s druge strane javlja se suprotnost, npr. zidovi kupaonica i kuhinja, gdje živost boja iznenađuje (rumene boje, boja fuksije, svijetlo zelena...)¹³. Najbolji primjeri *Art Deco* arhitekture su zgrada Chrysler i drugi neboderi New Yorka izgrađeni tijekom 1920-ih i 1930-ih godina; sada su vječni spomenici *Art Deco* stila. Kako sam već

¹¹ Zdatny, S. The Boysh Look and the Liberated Woman: The Politics and Aesthetics of Women's Hairstyles, *Fashion Theory*, Volume 1, Issue 4, Berg, United Kingdom, 1997, str. 380

¹² Fischer, L. *Designing Women*, Columbia University Press, New York, 2003, str. 13

¹³ Fischer, L. *Designing Women*, Columbia University Press, New York, 2003, str. 14

spomenula, utjecaj ovog stila proširio se na sve aspekte života pa tako i na modu, posebice žensku. Promjene potječu iz novog viđenja žene tj. ženske figure. Naime, preteča *Art Deco* bio je *Art Nouveau*¹⁴ stil koji je u svojim prikazima žene težio ka kombinaciji prirode i ženstvenosti. Umjetnici tog razdoblja smatrali su ženu više opterećenom fizičkim aspektom sebe nego li onim umnim. Tako je žena često prikazivana kao opasno i neljudsko biće u inkarnacijama vampira ili pak prostitutke, a to je sve bio rezultat promoviranja upravo takve karakterizacije žene i njezine 'perverzne seksualnosti' od strane psihoanalitičara Freuda i Krafft-Ebinga.¹⁵ Slika žene u *Art Deco* vuče svoje korijene iz stila preteče, ali ovdje žena u prikazima postaje stroga, *high-tech* i neutralna. Za Webera, ljudski likovi u *Art Deco*, neovisno muški ili ženski, prikazani su prilično apstraktno, do te mjere da su poput robota.¹⁶ Sve je to utjecaj samih karakteristika ovog stila koje se odlikuju upravo svojom geometrijom, oštrinom i tehnološkim aspektom. Tako je žena u *Art Deco* viđena sintetički. Figura žene javlja se svugdje: na lampama, tanjurićima, vazama, svijećnjacima, pepeljarama, posudama za puder pa čak i na bravama, i svi ti predmeti bili su često upravo u obliku ženskog tijela ili lica. No najistaknutiji primjer viđenja žene toga vremena jesu figurice od slonovače (slika 1.). Bile su vrlo popularne ušavši u modu još početkom 20. stoljeća, a njihova izrada ujedinjavala je ručni rad i tvorničku proizvodnju. Prema Victoru Arwasu figurice se prema načinu na koji prikazuju ženu mogu podijeliti u četiri kategorije: hijeratične, naturalistične, erotične i stilizirane.¹⁷ One koje ću uzeti u obzir kao bitne za žensku modu dvadesetih godina 20. st. su figurice iz posljednje kategorije-stilizirane. Ove su figurice bile najapstraktnije te su odisale utjecajem umjetničkih pokreta kao što su kubizam i Bauhaus. Statue su bile moderne ponajviše zbog slike (moderne) žene koju su predstavljale. Crte lica statue su pojednostavljene, a odjeća je u svojem prikazu izrazito geometrijska bez trunke realizma. Djevojka ili žena prikazana ovim figuricama uvijek je bila dječjački vitka koketa s vrlo kratkom kosom (bob), s cigarom u ruci, u visokim potpeticama, hlačama ili haljinama s V izrezom koje su sezale čak iznad koljena te raskošnim nakitom. Njihove poze odavale su buntovnost (ruka u džepu, cigareta u ruci), a na njihovu slobodu i ekstravagantnost ukazivali su stil odijevanja i kratka kosa. Ovakva pretpostavka žene zasigurno je utjecala ne samo na odijevanje žena nego i na njihovo viđenje njih samih- kao neovisnih i buntovnih koketa koje uživaju u životu. Vrlo kratka kosa, hlače i pušenje cigareta su elementi

¹⁴ *Art Nouveau* ili secesija je stilski pravac u umjetnosti koji se javio kao reakcija na akademizam i eklektizam zadnjih desetljeća 19. stoljeća. Inspiriran prirodom, u arhitekturu, primijenjenu umjetnost, slikarstvo i kiparstvo unosi elegantnu profinjenost zakrivljenih i ornamentalnost plošnih linija. Ovim stilom se htjela uljepšati industrijska proizvodnja, spojiti umjetnost i obrt.

¹⁵ Fischer, L. *Designing Women*, Columbia University Press, New York, 2003, str. 29

¹⁶ Fischer, L. *Designing Women*, Columbia University Press, New York, 2003, str. 29

¹⁷ Fischer, L. *Designing Women*, Columbia University Press, New York, 2003, str. 30

za koje ne možemo poreći da aludiraju na muškarce. Je li moguće da se figuricama ukazivalo na jednakost spolova? Nisam sigurna, no mogu zamijetiti da su ti elementi u ovom aspektu umjetnosti/dizajna imali utjecaj na mentalitet žena kasnije, tijekom dvadesetih godina 20. stoljeća kada žene postaju sve samostalnije i slobodnije u svojim uvjerenjima- rade, voze automobile, odlaze u barove, bore se za pravo glasa.



Slika 1.

U samoj modi ludih dvadesetih, točnije u radovima modnih dizajnera kao što je Coco Chanel (1883.-1971.; najznačajnija dizajnerica toga vremena) i Jeanne Lanvin (1867.-1946.), mogu se vidjeti utjecaji *Art Deco*a. Chanel je pod utjecajem ovog stila dizajnirala tzv. *Ribbon dress* 1924. (slika 2.) koja je na neki način najava male crne haljine iz 1926. godine (po boji i kroju). *Ribbon dress* sama podsjeća na *flapper* djevojke te fleksibilnost i slobodu koji su bili za njih karakteristični. Geometrijski oblici, avangardni stil i luksuz kombinirani su na odličan način u jednoj haljini. Vrativši se na već spomenute figurice od slonovače koje se očituju tekućim kretanjem elegantno zakrivljenih tijela mogu zaključiti da se *ribbon dress* temelji na nastojanju da se upravo nesputano kretanje i elegancija omoguće ženama ludih dvadesetih. *Ribbon dress* tako obavija tijelo, ali ga ne ograničava. Chanel je dizajnirala odjeću koja je sama za sebe govorila da je razigrana i slobodna. Nošenje haljine s vrpcama dopustilo je djevojci 20ih da uživa u vrsti života koji je Daisy Buchanan živjela u romanu *The Great Gatsby* iz 1920. godine-vožnje, glasovanja i zabave bez ikakvih ograničenja.



Slika 2.

Kako i kod Chanel, tako se i u kreacijama Jeanne Lanvin mogu primjetiti utjecaji *Art Decoa* vidljiv na njezinoj večernjoj haljini iz razdoblja dvadesetih godina prošlog stoljeća (slika 3.). Haljina je crne boje i pomalo *princess* kroja gdje je donji dio formiran geometrijski, a na gornjem dijelu gdje su leđa poprilično otvorena, tkanina formira oblik apstraktne mašne. Otvorena leđa i lijepi materijal elementi su *flapper* mode, dok su geometrija i apstraktnost haljine jasni elementi *Art Decoa*. Sličnu situaciju uočavam na njezinoj haljini *Robe de Style* iz 1923. godine (slika 4.) gdje je rez na prednjici dubok i ukrašen zlatnim detaljima geometrijskih oblika koji se pružaju na donji dio haljine (A kroja i bogato nabran) dok je rez između gornjeg i donjeg dijela haljine spušten više prema bokovima (jedna od glavnih karakteristika siluete 20ih godina). Kombinacija crne i zlatne boje karakteristična je pojava u dizajnu *Art Decoa*, kako sam već bila spomenula u samom početku.



Slika 3.



Slika 4.

Uz bok ovim dvjema veličanstvenim dizajnericama stoji još jedna, jednako inovativnog i kreativnog uma- Francuskinja Madeleine Vionnet. Zaposlivši se u jednoj modnoj kući u Parizu, Vionnet je ondje počela shvaćati značenje dizajna odjeće koji je potekao iz drapiranja tkanine izravno na živi model tj. izbjegavala je skiciranje dizajna na papiru. Taj je pristup nužno usmjerio pozornost na tijelo i njegov odnos prema načinu na koji se tkanina prelijevala i oblikovala oko njegovih kontura. Vionnet je iskoristila ovu tehniku u potpunosti. Za nju je drapiranje- najčešće na lutki od osamdeset centimetara- postalo presudno za njezinu filozofiju dizajna. To joj je omogućilo da razmišlja o tijelu kao cjelini i da mobilizira tkaninu koja je trebala u isto vrijeme osloboditi tijelo i skladno se s njim kretati. Osim po svojem posebnom viđenju mode, Vionnet je poznata i po izumu tzv. *The bias cut* iliti kosog reza- dijagonalni način rezanja tkanine kako bi se postigla rastezljivost materijala. Izradom haljina koje su se mogle odjenuti preko glave, Madeleine je stvorila odjeću koja je bila jednostavna za navlačenje i svlačenje, što je bilo revolucionarno samo po sebi. Kosi rez činio je da se haljine privijaju ženskom tijelu naglašavajući njegov prirodni oblik, za razliku od "iskrivljavanja" korzetima i drugom popularnom (i neudobnom) donjom odjećom. Filozofija Madeleine Vionnet upućuje



na glavne karakteristike ženske mode ludih dvadesetih- afirmacija tijela i sloboda pokreta. Ne može se poreći da su *flapper look* i *Art Deco* utjecali i na ovu dizajnericu. Iako su njezine haljine najčešće bile duge (zbog što bolje demonstracije kosog reza), Vionnet je vješto spajala elemente *flapper looka* i kosog reza što je postignuto kroz apliciranje veza, nizanjem perli i remenica, lepršavom tkaninom, dubokim izrezima na prednjoj ili stražnjoj strani i tkaninom

Slika 5.

koja se spušta ispod glavnog ruba haljine. Utjecaj *Art Deco* mogu lako uočiti na njezinim haljinama iz razdoblja dvadesetih godina prošlog stoljeća. Na primjer, haljina na slici 6. (iz 1924.) ima geometrijske oblike tipične za *Art Deco* koji su također u najčešćim bojama ovog umjetničkog stila- crna i zlatna. Haljina je spuštenog struka, prilično otvorena u ramenom dijelu, kratka i lepršava. Slične karakteristike ima i večernja haljina iz 1928. godine (slika 7.). Sve te osobine su ono što čini modu ludih dvadesetih.



Slika 6.



Slika 7.

7. Utjecaj jazz glazbe

Utjecaj jazz na popularnu kulturu možda je najočitiiji kada se obrati pozornost na modne trendove tijekom dvadesetih godina 20. stoljeća. Jazz glazba bila je pokretačka snaga ove nove kulture, kulture mladih koji su svoje slobodno vrijeme provodili na zabavama plešući i uživajući u glazbi. Do 1925. divlji i primitivni zvuk jazz glazbe popunjava ulice svakog većeg grada u Sjedinjenim Američkim Državama pa je popularnost jazz glazbe rasla svakim danom udružena s novonastalim plesom- *Charlestonom*. Ovaj ples prvi je put bio predstavljen široj javnosti putem mjuzikla *Runnin' Wild*.¹⁸ Činjenica da je jazz bio nevjerojatna plesna glazba uz koju je *Charleston* bio energičan ples, zahtijevala je promjenu u odijevanju. Viktorijanska odjeća predratnog razdoblja očito je bila neprikladna za lude plesne pokrete. Razvoj jazz glazbe tijekom 1920-ih bio je praćen refleksivnim promjenama u modnoj industriji, posebice za žene jer je ženska odjeća uvijek bila važan dio ciljanog tržišta potrošača. Ovo je ilustrirano drastičnim povećanjem broja modnih časopisa prodanih u 1920-ima. Zapravo, bilo je vrlo malo modnih časopisa koji nisu prodavali robu do ludih dvadesetih. Poput evolucije jazz glazbe i sama *flapper* moda evoluirala je u fazama. Prva značajna promjena u modi došla je 1921. godine- javljaju se haljine spuštenog struka. Masovne jazz snimke nastale su 1923. godine, a popularnost jazz tada je naglo skočila. Slijedom toga, ženske haljine postale su komotnije, a strukovi su se spuštali na bokove. Naime, podsjećale su na tako zvane *shift dresses*- ravne, nestrukirane haljine koje su zapravo stotinama godina bile donje rublje. Gornja i donja sloboda tijela bila je neophodna za plesanje *Charlestona*, tako da su haljine bile kratke (i do iznad koljena), uglavnom bez rukava i s dubokim izrezima kako bi održavale sposobnost slobodnog kretanja tijekom plesanja. Haljine su često bile ukrašene gustim slojevima resa ili vrpčama od svjetlucavih i perlama ukrašenih materijala koji su pri plesu letjeli na sve strane i presijavali se pod svjetlima zabave. Tako je postignut efekt živosti i ljepote tijekom energičnog plesa. U članku objavljenom u New York Timesu 21. ožujka 1929. godine, jedan je čovjek izjavio da je muškobanjasti *look*, za kojim su žene tada težile, smiješan¹⁹. Pod muškobanjastim mislio je, najvjerojatnije, na trend rezanja kose na vrlo kratku dužinu kao i na stezanje prsa tzv. *flatteners*-ima. Ti muškobanjasti modni trendovi služili su svrsi. Krhke i nepouzidane frizure predratne ere bile su neprikladne za jazz ples. Bob frizura dvadesetih godina prošloga stoljeća nije bila samo znak pobune, bila je praktičan stil za popularnu plesnu glazbu. *Charleston* je bio vrlo snažan

¹⁸ Shaw, A. *The Jazz Age: Popular Music in the 1920's*, Oxford University Press, New York, 1987, str. 9

¹⁹ <http://www.thedandy.org>, Dennis K. Swartz, *Relationship Between Jazz and Flappers*, 28. kolovoza 2014.

ples, a obavljanje i stezanje prsnog koša, iako se nekima činilo muškobanjasto, bilo je funkcionalna praksa za mnoge žene.



Slika 8.

8. Utjecaj medija i marketinga

Kao i danas tako su i u prošlom stoljeću mediji igrali veliku ulogu u formiranju društva. Reklamiranjem raznih proizvoda i trendova navodili su ljude na kupnju i prakticiranje onoga na temelju čega se htio ostvariti profit. Kako televizija tada još nije bila u potpunosti razvijena niti su televizori bili dostupni kao danas, glavni mediji bili su radio, novine i časopisi (modni časopisi kao što su *Vogue*, *Harper's Bazar*, *Marie Claire*, *Votre Beauté* i sl.). Promjene u društvenom ozračju uvijek su više utjecale na ženski nego li na muški dio populacije, u kontekstu odijevanja. Isto tako svi trendovi koji su bili prezentirani javnosti većim dijelom bi se ticali ljepšeg spola. Žene su bile najčešći lajtmotiv koji bi se koristio u izradi reklama i plakata (npr. za cigarete i/ili pića). Dvadesetih godina 20. stoljeća dolazi do uklanjanja zastora koji je stoljećima prije prekrivao temu seksa (seksualnosti) te je tako činio tabuom. Mediji su tada oglašavanje uspjeli postići pravu erotsku erupciju. Iskoristili su seksualno kao mamac i time prodavali sve, od sapuna do automobilskih guma. Opravdanje za ovu novu seksualnu iskrenost moglo bi se naći u spisima S. Freuda koji je tvrdio da je seksualna represija odgovorna

za niz nervnih i emocionalnih bolesti. Dakle, ne samo užitak već i zdravlje zahtijevaju seksualno zadovoljenje i oslobođenje.²⁰ Svi tabui nestaju.

Mogu reći da je *flapper* djevojka na neki način produkt medija svoga vremena, točnije, proizvod bogatstva 20ih godina 20. stoljeća. Uz borbu za svoja prava i pravo glasa započinje vrijeme buntovne i neovisne *flapper* djevojke. Stvorena je potpuno moderna žena čije je novoosnovano slobodno vrijeme omogućeno ekonomskim rastom, nastankom novih proizvoda i trendova. Kao materijalisti te svojim izgledom i ponašanjem upečatljivi pojedinci ove dekade, žene su često bile na udaru agresivnih reklamnih medija kao što su časopisi i radio. Oni su glamurozno i ekstravagantno portretirali kao poželjno i dostupno pa su tako sliku moderne žene iskoristili za promoviranje novih automobila ili novih modnih trendova. Rezultat toga bio je da su žene to počele smatrati *must have*-om jer jedino tako moći će biti istinski emancipirane. Časopisi su nastavili portretirati ženu u svjetlu buntovnosti do te mjere da su fotografije koje su objavljivali prikazivale ženu kao koketu u oskudnim haljinama koja uživa u plesu i na kraju pada s nogu od umora uzrokovanog maratonima zabave. Također su objavljivali fotografije žena kako puše. Ova karakteristična slika *flapper* djevojke bila je proizvod medija toga vremena. Koliko god one u to vjerovala, nisu samo one bile zaslužne za stvaranje slike neovisne žene i formiranje značajnog feminističkog pokreta. Tako se promjenom životnog stila i nazora kod žena mijenja i njihovo odijevanje. Počinju se odijevati sukladno novom i užurbanom načinu života.

U kontekstu ženske frizure i toga kako mediji mogu primamiti ljude na kupnju i korištenje određenog proizvoda, valja spomenuti tvrtku *L'Oréal* koja je 1909. god. lansirala liniju boja za kosu. Liniju su promovirali kao posebnu po tome što je dobro prekrivala sijede, boje su bile manje štetne i duže su trajale.²¹ Iako se ovo dogodilo prije pojave *flapper* djevojke one su uz još bolje razvijene proizvode za bojanje kose nastavile prakticirati ono što su započele žene nekoliko godina prije njih. Još u viktorijsko doba koristili su se umetci za kosu (nešto slično današnjim ekstenzijama) koji su se nastavili koristiti i tijekom ludih dvadesetih, no sada su bili decentniji i puno kraći.²² Najutjecajniji modni časopis *Vogue* savjetovao je svoje čitateljice da elegantni umetci mogu kosi dati 'dostojanstvo' i da tome treba težiti svaka moderna žena. U Americi su časopisi za žene, na primjer, popularizirali lak za nokte i to ponajviše jedan od prvih

²⁰ Kennedy, D., Cohen, L., Bailey, T. A., *The American Pageant*, 15th Edition, Cengage Learning, Boston, 2013, str. 740

²¹ Zdatny, S. *The Boysh Look and the Liberated Woman: The Politics and Aesthetics of Women's Hairstyles*, *Fashion Theory*, Volume 1, Issue 4, Berg, United Kingdom, 1997, str. 374

²² Zdatny, S. *The Boysh Look and the Liberated Woman: The Politics and Aesthetics of Women's Hairstyles*, *Fashion Theory*, Volume 1, Issue 4, Berg, United Kingdom, 1997, str. 375

brendova pod nazivom *Cutex Liquid Polish*.²³ Američki časopisi kao što su *Ladies' Home Journal* i *Delineator* svojim su reklamama poticali žene dvadesetih na kupnju proizvoda *Cutex* brenda. Tako je u izdanju *Delineator*-a u rujnu 1929. objavljena reklama koja je prikazivala slavnu plesačicu Irene Castle McLaughlin kako se hvali svojim lakiranim noktima. Uz fotografiju je stajao i natpis: „The celebrated Irene Castle McLaughlin finds this new polish flatters her lovely hands. Tomorrow's fashion is what Irene Castle McLaughlin is doing today!...”²⁴ Ova reklama puno govori o tome kako su se mediji trudili nešto dobro promovirati zaraznim reklamama i korištenjem slavni osoba kao mamaca za još bolju prodaju. Bez sumnje, žene su 'nasjele' i *Cutex* proizvodi (kao i slični drugi) ostvarili su dobro prodaju i postali mega popularni. Stil lakiranja noktiju koji su žene tada njegovale sastojao se od živih boja kao što su svijetlo ružičasta i crvena, ali su isto tako često vrh nokta bojale u bijelo kako bi postigle efektivan kontrast.

Nadalje, tijekom 20-ih godina prošlog stoljeća javljaju se nove ideje i otkrića vezani uz ishranu. Točnije, ekonomisti i nutricionisti pokušavaju putem kuharica, časopisa za žene i radio emisija upoznati javnost s novim saznanjima i naučiti ih kako se zdravije hraniti. Naravno, tu je i prikrivena želja za zaradom. Unutar serija otkrića onog vremena jedno od najvećih je otkriće vitamina A, B₁, C, D i E koje je društvo učinilo svjesnim o važnostima zdrave prehrane.²⁵ Tako su tijekom 1920-ih nutricionisti iskorištavali svaku priliku za širenjem hvalospjeva o blagodatima zdrave ishrane, a javnost je raširenih ruku to prihvatila. Korak po korak i dolazi do zaludenosti dijetama i brojanjem kalorija. Dijetalni priručnici, razne reklame u časopisima i novinama o proizvodima koji jamče gubitak kilograma preplavili su tržište u ranim 1920im. Tako je brojanje kalorija postalo jako popularno među mladim ženama koje nisu mogle izbjeći razno razne članke u časopisima koji su dijelili savjete o tome kako jesti zdravije, kako najefikasnije izgubiti kilograme te zadržati željenu težinu. Također su objavljivali tjedne planove ishrane i sl. Uskoro, prakticiranje dijeta postala je opća praksa za žene i to ponajviše zbog ljepote ili bolje rečeno, zbog tadašnjeg trenda. Figura pješčanog sata *Gibson* djevojke zaboravljena je i zamijenjena vitkom dječaćkom figurom bez oblina. Ako je djevojka željela izgledati lijepo i privlačno u kratkim haljinama bez rukava te otvorenih leđa i duboka dekoltea, morala je smršaviti. Mnoštvo doktora i gurua za dijete su dodatno doprinijeli ovoj ludosti

²³ Pendergast, S., Pendergast, T. *Fashion, Costume, and Culture: Clothing, Headwear, Body Decorations, and Footwear through the Ages*, U•X•L (The Gale Group), USA, 2004, str. 770

²⁴ Pendergast, S., Pendergast, T. *Fashion, Costume, and Culture: Clothing, Headwear, Body Decorations, and Footwear through the Ages*, U•X•L (The Gale Group), USA, 2004, str. 771

²⁵ Morgan Drowne, K., Huber, P. *The 1920's*, Greenwood Press, USA, 2004, str. 125

objavljivanjem knjiga i članaka koji su stekli veliku popularnost. Jedan od trikova 'smanjivanja' oblina bilo je korištenje *flatteners* grudnjaka (steznik za grudi; klasični grudnjak je služio za podizanje grudiju dok je ovaj steznik bio namijenjen smanjivanju grudi kako bi se prsa žene činila što je moguće ravnijima). Tako su žene i djevojke, bez obzira bile na raznim dijetama ili ne, skrivale svoje obline. Godine 1927. tvrtka *Sears* je u prodaju pustila tipičan stezni korzet s imenom *Abdobelt* po vrlo pristupačnoj cijeni²⁶. Ovaj steznik pružao se od iznad grudiju pa sve do ispod bokova; imao je remenčice na dnu za pričvršćivanje donjeg dijela na čarape kako bi sve stajalo na mjestu. Bio je izrađen od širokih elastičnih vrpce koje su čvrsto obavijale prsa i bokove.

9. Utjecaj Hollywooda i slavnih osoba

Umjetnost koja je poprimila pomalo komercijalnu narav tijekom 20ih godina prošlog stoljeća, jest film. Mladež svoje slobodno vrijeme provodi, između ostalog, u kinima gledajući umjetnička djela kinematografije koja se tek počela razvijati (crno-bijeli i nijemi filmovi). Glumci i glumice, kao i danas, tada su bili jedni od glavnih *trendsetera*, a usponom Hollywooda kinematografija je postala jedna od najuspješnijih industrija. Početkom 1910-ih dolaskom filmaša javlja se u stanovnicima Hollywooda prijezir jer su svojim dolaskom ovi ambiciozni ljudi donijeli i nametnuli svoje običaje i običaje istočne obale. Hollywood je bio pospan gospodarski grad sve dok filmski producenti poput Cecille B. Demille, Jesse Laskeya, L.L. Burnsa i Harry Reviere nisu počeli iznajmljivati dijelove voćnjaka tadašnjih stanovnika kako bi izgradili svoje tvrtke za proizvodnju filma. Iako su neki bili oduševljeni novim napretkom, drugi nisu odobravali filmove za koje su smatrali da narušavaju čast djevojaka jer glavni lajtmotiv filmske produkcije Hollywooda bio je golotinja ili drugim riječima, seks. Promovirajući upravo aspekte života koji su do tada bili tabu tema, Hollywood privlači sve više obožavatelja koji se polako okreću novom i slobodnijem načinu života, a glumci, naočiti muškarci i tako zvane *vamp* žene, zaluđivali su mase. *Vamp* stil karakterističan je kao izgled žene koji se javlja na filmskom platnu gdje su u prvom planu naglašene usne i oči te glumica izgleda vrlo markantno i mračno. Jedna od najpoznatijih *vamp celebrity*-ja je Louise Brooks koja se isticala svojom zalizanom *dutch bob* frizurou i efektnim *makeup*-om (slika 9.). Iako se šminka na glumicama u filmovima čini intenzivnom, zapravo je bila prilično svijetlih i jarkih boja. Trik je bio u tome što su se do 1926. god. gotovo svi filmovi snimali plavo-osjetljivim

²⁶ Pendergast, S., Pendergast, T. Fashion, Costume, and Culture: Clothing, Headwear, Body Decorations, and Footwear through the Ages, U•X•L (The Gale Group), USA, 2004, str. 729

ortokromatski filmom i nastavili se koristiti sve do oko 1930.²⁷ Naime, 'plavo-osjetljivo' označava da je plava boja zabilježena vrlo svijetla pa čak i previše svijetla dok su crvena područja (recimo na licu) toliko mračna da se često nisu mogla razlikovati od crne. Tako su nešto svjetlija sjenila na kopcima gledatelju prezentirana u sivim tonovima, žarko crvene usne doimaju se gotovo crne, a lice kao neutralna podloga čini se vampirski bijelim. Na temelju ovog *looka* s filmskog platna djevojke toga vremena redovito ističu svoje usne i oči trudeći se paralelno svoj ten održati ujednačenim i bez mane.



Slika 9.

Do sredine prvog desetljeća 20. stoljeća nastalo je nekoliko velikih proizvodnih tvrtki koje su se borile za kontrolu Hollywooda kasnije u 1920-im. Poznati igrači - *Laskey* (koji je postao *Paramount Pictures*) i *Metropolitan Pictures* (kasnije *Metro-Goldwyn-Mayer*) bili su najveći igrači u dolini.²⁸ Započeli su sa zapošljavanjem glumaca poput Douglasa Fairbanksa, Glorie Swanson, Mae Murraya, Pola Negrija, Marije Pickforda i Rudolpha Valentina. Za velike sume novaca ovi glumci dolaze glumiti u filmovima poput *Call of the Flesh* i *The Barber of Seville*. Naime, tijekom godina filmovi su obrađivali različite tematike i probleme. Tako 1920. izlazi film pod nazivom *Sex* u kojem Louse Glaum glumi već spomenuti, omiljeni stereotip onoga vremena- *vamp* ženu. Kombinacija imena filma i *vamp* stila ukazuje na što se kinematografija

²⁷ <http://glamourdaze.com> , Talia Felix, 1920s Makeup – The Silent Film Vamp Look – a myth exposed, 25. travnja 2014.

²⁸ <http://www.1920s-fashion-and-music.com> , Jesse P. S., Vintage Hollywood in the 1920s: If You Build It They Will Come, datum nepoznat

tada najviše bazirala. U 1921. manija za filmskim zvijezdama postaje još izraženija. Novine i radio stanice bili su prepune sočnih tračeva i skandala koji su pratili glumce u stopu i tako ih činili još poznatijima. Filmovi te godine obrađivali su teme bogatstva, hedonizma i seksa koji i dalje šokirao kada bi bio viđen na ekranu. Jedan od takvih je *The Affairs of Anatol* koji je filmašu Cecile B. DeMilleu donio slavu. Iste godine izašao je film koji je postao američki nacionalni fenomen te proslavio jednog od tada najtraženijih i najprivlačnijih glumaca- *The Sheik*, u kojem glavnu ulogu ima Rudolph Valentino. Ovim filmom na površinu prodire pitanje ličnosti jedne hollywoodske zvijezde. 1922. u filmovima se počinje obrađivati nova slika žene, štoviše, javljaju se komični filmovi gdje su glavni likovi *flapper* djevojke koje su se, nakon što su probale sve što nudi boemski način života, odlučile vratiti njihovom mirnom životu u želji da uplove u sigurnost bračnih voda. Još jedan film DeMilla, *Manslaughter*, uprizoruje nešto radikalniju sliku nove žene, ali zaključak i njegovog filma je isti- nakon određenog vremena ludovanja koje se sastoji od odlaska na zabave, brzih vožnji, konzumacije alkohola i cigareta, avantura s raznim muškarcima... *Flapper* djevojka polako gubi svoju lepršavost jer shvaća da ju je takav način života iscrpio, fizički i psihički. Ako je ne ukroti netko drugi, ona će to učiniti sama. Marcia Randy u svojem djelu *Movies and Changing Body of Cinema* 1923. godinu smatra tranzicijskom fazom u kojoj se nestankom određenih glumačkih zvijezda i producenata te dolaskom novih, mijenja filmski žanr.²⁹ Randy se fokusirala na istraživanje seksualnosti i tjelesnosti filmskih djela iz 1923. godine. Na primjer, u izrazito eksperimentalnom filmu *Salome*, Natacha Rambova u ulozi je *femme fatale*, žene koja kažnjava muškarce koji se ne pokoravaju njezinim ženama. Koristeći mjesta snimanja u *art nouveau* stilu, film je napravljen kao mix "ballet, biomechanics [and] dreams"³⁰ Još jedna europska glumica, Poljakinja Pola Negri, u filmu *The Spanish Dancer* glumi egzotičnu ciganku. U ovom filmu Negri je prikazana kao utjelovljene nesputane ženske seksualnosti koja pak nije provocirala vrijednosti srednje klase. Ovakvi filmovi pokazivali su moć žena koja je uvijek bila prikrivena i obuzdana društvenim normama, a koja se sada u vrijeme neovisnosti i buntovništva sve više ističe i postaje ženino glavno oružje te povodom toga nijedna se žena ne boji postati *flapper*. U filmovima kao što su *The Hunchback of The Notre Dame* (glumac Lon Chaney), *The Ten Commandments* i *Scaramoche* (Ramon Novarro) do izražaja dolaze grubi heroizam, biblijska muškost i povijesni heroizam. Ovi filmovi ukazuju na snagu i dominaciju jačeg spola, ali ga

²⁹ Fischer, L., *American Cinema of the 1920s: Themes and Variations*, Rutgers University Press, USA, 2009, str. 17

³⁰ Fischer, L., *American Cinema of the 1920s: Themes and Variations*, Rutgers University Press, USA, 2009, str. 18

čine i privlačnim za mase obožavateljica. Kako se muška moda nije previše mijenjala tijekom 20-ih tako su odijela bila glavna odjevna kombinacija. Kada govorimo o muškim odijelima, 1920s bile su podijeljene u dva razdoblja. Početkom 1920-ih, muškarci su nosili kraće jakne s visokim strukom, što je bilo inspirirano vojnim odorama Prvog svjetskog rata. Uski reveri na jaknama i uske ravne hlače bili su među osnovnim elementima muških odijela ranih 1920-ih. Upravo ovakva odijela nosili su glumci u filmovima te ih tako popularizirali kao *must have* u muškoj modi. Također, većina promjena u odijevanju bila je uzrokovana onim što su gledatelji vidjeli na filmskom platnu- novi trend koji je popularizirao obožavan glumac nije ostao ne zamijećen. Tako su oko 1925. godine postala popularna tzv. jazz odijela. Njihova karakteristika su bile široke hlače kao i ne suženi tj. široki rukavi; struk se vratio na klasično mjesto, a reveri su postali šiljasti i široki. Samim krajem desetljeća muškarci su nosili prsluke s dvorednim kopčanjem koji su kombinirali s jaknom jednorednog kopčanja. Primjer ovako odjevenog muškarca može se vidjeti u filmu *Cobra* iz 1925. s Rudolphom Valentinom u glavnoj ulozi. (slika 10.) Ako je želio biti u trendu, privlačan poput hollywoodske zvijezde, mračan i misteriozan poput gangstera, muškarac je znao da bez, po mjeri krojenog odijela, neće postići niti jedno od toga. Utjecaj hollywoodskih zvijezda na društvo bio je i ostao zapanjujući. Filmovi iz 1925. ("godina promjene") obrađivali su temu promijenjenog tj. modernog društva ponajviše ukazujući na mladež, tada zvanu *flaming youth*. Film *The Plastic Age*, čije samo ime aludira na modernost, obrađuje problematiku sveučilišnog života jednog studenta koji postiže uspjehe u sportu i ljubavi. Njegovu *sweetheart* glumila je tadašnja *It* djevojka Carla Bow; bila je među najboljim primjerima *flapper* djevojke sa svojom otvorenom seksualnošću, nevinošću i zabavom. Mnoge djevojke imitirale su zaštitni znak ove slavne glumice- *cupid bow lips* tj. malene srcolike usne koje su postizale vještim šminkanjem. Također su obrubljivale oči crnim sjenilom i kovrčale kosu tako da im lagano dodiruje obraze. U filmovima nastalim tijekom 1925. godine obrađuje se i problem sukoba generacija te zabranjene romanse između uspješne poslovne žene i mlađeg muškarca, njezinog zaposlenika. Još jedan film koji pokušava dočarati snažne i šokantne promjene u životima žena. 1927. godina donosi filmove kao što su *It* (sa Clarom Bow) i *Flesh and the Devil* (sa Gretom Garbo) koji se bave tematikom žene kao najvećeg potrošača desetljeća koja uživa trošeći novac na luksuzne stvari tragajući na taj način za smislom svoga života.

Glumac/glumica, zabavljač/zabavljačica, glazbenik, znanstvenik... U čemu god da su se okušali, čime god da su se proslavili, ovim ljudima u samom početku jedno je bilo zajedničko: imali su snažnu volju i viziju koje su bile potrebne da steknu slavu. 1920e posebne su godine

jer njihov koncept i mogućnost postajanja neovisnim muškarcem/ženom u svima je budio pozitivnost i volju za ostvarenje "američkog sna"- sve je bilo moguće ako ste imali strast i želju za ostvariti svoje snove.



Slika 10.

10. Gangsteri kao inspiracija za mušku modu

Zabrana prodaje i konzumacije alkohola, tzv. prohibicija, izazvala tijekom ludih 20ih šokantne zločine. Pokušaji zarade putem prodaje ilegalnog alkohola doveli su do podmićivanja policije gdje je većina bila isplanirana tako da zločin nikada ne bude kažnjen, a opet bude izvršen. U velikim gradovima izbili su nasilni ratovi između suparničkih bandi - često ukorijenjeni u imigrantskim četvrtima - kojima se željelo pokoriti bogato tržište alkoholnog pića. Rivalske bande koristile su se oružjem kako bi "izbrisali" suparnike koji su im bili najveća konkurencija. U ratu bandi dvadesetih godina 20. stoljeća u Chicagu, oko pet stotina članova organiziranih bandi je bilo ubijeno. Uhićenja je bilo malo, a osuđenih još i manje, sve iz razloga poštivanja jedinog zakona među bandama, zakona podzemlja- šutnje. Chicago je bio daleko najspektakularniji primjer bezakonja. Godine 1925. *Scarface*, Al Capone, pohlepni i ubojiti distributer pića, započeo je šest godina ratovanja bandi koje mu je donijelo milijune dolara zarađenih ilegalnim poslovima. Capone je nosio etiketu *Public Enemy Number One*, a njegova moć dokazana je time što nije mogao biti osuđen za hladnokrvni pokolj na Valentinovo 1929.

godine pa i za mnoge druge zločine.³¹ No, nakon što je služio jedanaest-godišnju zatvorsku kaznu zbog utaje poreza, bio je pušten na slobodu zbog oboljenja od sifilisa. Osim Caponea, svojom moći i reputacijom proslavili su se i drugi vođe bandi kao što su "Lucky" Luciano, John Gotti i Sammy "The Bull" Gravano. Jedni od vodećih aktera organiziranog kriminala koji su javnosti bili najbliži kao buntovni, opasni i elegantno odjeveni poslovni muškarci. Biti *business man* nije značilo samo biti uspješan u svom poslu, pa makar i ilegalnom, i zarađivati mnogo; biti *business man* značilo je i znati se lijepo i uglađeno odjenuti. Elegantna odijela visoke kvalitete, fedora šeširi, dijamantno prstenje i satovi, oružje, piće... Sve su to bili simboli jednog 'uzornog' gangstera koji je na taj način besramno pokazivao javnosti svoje bogatstvo. Tijekom 20-ih godina prošlog stoljeća, tko se bavi ilegalnim poslovima, među prvima krijumčarenjem alkohola, i nije bila neka tajna. Mediji su kao i uvijek javnost obavještavali o svim šokantnim i sočnim tračevima, pa tako i o onima koji su se ticali organiziranog kriminala te njihovih vođa. Na taj način gangsteri su postali produkt medija svojega vremena. Mediji su na neki način dodatno oblikovali njihovu reputaciju, a na javnosti je bilo hoće li ih takvima prihvatiti ili ne. Postaju glavna inspiracija za filmove i knjige gdje su romantično prikazani kao *bad guys* koji mogu osvojiti svaku damu. Pojam gangstera izazvao je pomutnju kako među ženama tako i među muškarcima- žene su žudjele za uzbuđenjem i opasnošću kojom su zračili, dok su muškarci vješto kopirali njihov stil odijevanja. Po mjeri skrojeno odijelo bilo je ključ gangsterske 'uniforme'. U svojoj knjizi *Inventing the Public Enemy: The Gangster in American Culture*, David E. Ruth piše o gangsterskoj modi 1920-ih:

"The latest styles marketed the gangster as an avid consumer who invested the time and expense necessary to stay on the leading edge of fashion . . . his new automobile, his tastefully furnished apartment, his diamond stickpin, his two diamond rings, his beltbuckle . . . fifty suits of clothes, his twenty five pairs of shoes."³²

Prema ovom citatu mogu zaključiti da je odijevanje za gangstere predstavljalo bitnu stavku njihovog imidža isto kao i posjedovanje najnovijeg modela automobila, skupocjenog stana i nakita. Uglađen, s ukusom, u trendu, ali opet strog i moćan- takav je bio njihov stil. Osim lijepih elegantnih odijela, obavezan modni dodatak bio je šešir, u ovom slučaju najčešće fedora šešir. Šešir od mekog filca s obodom, krunom koja je dolje bila šira, a gore uža te je imala udubinu po sredini. Kroz nekoliko desetljeća gangsteri, političari pa i svaki drugi obiteljski čovjek, nosili

³¹ Kennedy, D., Cohen, L., Bailey, T. A., *The American Pageant*, 15th Edition, Cengage Learning, Boston, 2013, str. 729

³² <http://www.1920s-fashion-and-music.com> Jesse P. S., 1920s Gangsters: Men's Fashion & The Public Enemy, datum nepoznat

su fedoru kad god bi izišli iz kuće. Iako je fedora prvenstveno bio šešir kojeg su nosile žene u Francuskoj, Njemačkoj i Engleskoj, poslije je prisvojen od strane muškaraca gdje ga populariziraju gangsteri. Osobina po kojoj je ovaj šešir najpoznatiji jest njegova mekoća i mogućnost da ga se nosi onako kako pojedinac želi tj. svatko ga je mogao prilagoditi svojem stilu. Primjerice, gangsteri i mladići su ga nosili naherenog tako da obod prekriva jedno oko (čime se pokušao postići dojam tajanstvenosti i buntovništva) dok su ga političari i poslovni muškarci ponekad nosili tako da je obod bio podignut te bi na taj način zaštitili svoje ovratnike od kiše. Čak je i udubina po sredini krune mogla biti oblikovana po želji onoga tko nosi fedoru. Najčešće boje fedore su bile smeđa, crna ili siva, ali oni koji su voljeli nešto upečatljiviji *look* nosili su fedoru u bijeloj, plavoj ili čak u boji jorgovana. Obuća koja se od početka usko vezala uz gangstere te isto tako postala vrlo aktualna među svim drugim muškarcima toga vremena jesu *spats* ili kod nas poznate kao 'gamaše'. To su u suštini bile navlake za obuću dizajnirane u svrhu zaštite obuće i gležnjeva od blata i vode pri hodanju. Bile su izrađene od lana ili nekakvog drugog čvršćeg platna. Na obuću su se najčešće stavljale pomoću gume koja bi se zataknila za sami đon cipele ili čizme te kopčale gumbima sa strane. Naime, u razdoblju između 1910-ih i 1930-ih gamaše su postale elegantan dodatak muškoj modi; bijele ili sive *spats* cipele postale su simbol gangsterizma kao što su to bili oružje i alkohol, a mnogi muškarci i filmske zvijezde kopirali su ovaj stil. U modi su ih održali dendi- tadašnji naziv za muškarce sa stilom. Sve u svemu, svoju popularnost gangsteri duguju prohibiciji i medijima gdje se naglasak može staviti na medijski promovirane ljubavne afere u koje su se ponekad znali upuštati. Moderan gangster ostaje bespogovorni potrošač svega što je luksuzno i skupo. Za ilegalnog poduzetnika nakit, odijela, automobili i luksuzne kuće plijen su koji je bio suština njegovog načina života.

11. Utjecaj sporta na modu

Tijekom 1920-ih mnoštvo muškaraca i žena u svoju svakodnevnicu uvode bavljenje nekakvim sportom. Među najpopularnijim bili su golf, tenis i plivanje. Oni nešto bogatiji uživali su u jedrenju i polu. Kako bi omogućili udobnost i mogućnost kretanja, počinju se dizajnirati novi stilovi sportske odjeće. Uz mlade ljude koji su mahnito pratili trendove, sportska odjeća odražavala je živahnost i senzibilnost na trendove koji su, u prvom planu, postavljale *celebrity* ličnosti toga vremena. Slavni sportaši inspirirali su neke od najpopularnijih stilova sportske odjeće. Tako je, na primjer, francuska tenisačka zvijezda Jean René Lacoste, pod nadimkom *Crocodile* (eng. krokodil) 1927. godine pobijedio Bill Tildena (američki tenisač) i osvojio Davis

Cup³³. Ne samo da je postao novi šampion već i *trendsetter*. Naime, Lacoste je, kao i svi drugi tenisači toga vremena, tijekom svojih mečeva nosio pamučnu polo majicu kratkih rukava, pulover i košulju s okrenutim ovratnikom. Sredinom 20-ih Lacoste je dekorirao lijevu stranu prsa na svojoj odjeći s izvezenim logom krokodila, što je ukazivalo na njegov nadimak (*Crocodile*). To je bio prvi primjer zaštitnog znaka koji se pojavljuje na vanjskoj strani odjeće, što je onda dodatno zaludilo Lacostove obožavatelje. Ubrzo je Lacoste dogovorio partnerstvo s proizvođačem pletenine kako bi na tržište stavili polo majice dekorirane logom krokodila namijenjene za tenisače, golfere i jedriličare. Golferi koji su pratili trendove nosili su *knickers*, široke hlače dužine odmah ispod koljena. Najčešće su se nosile s vunanim dokoljenkama u raznobojnom uzorkom u obliku dijamanta (tzv. *argyle*). Do 1925. muškarci su nosili sportska odijela koja su se sastojala od jakne, prsluka, *knickers* hlača ili *plus fours*³⁴ hlača, za golf mečeve pa čak i u slobodno vrijeme.

Također, zahvaljujući nešto slobodnijim moralnim kodeksima dvadesetih godina prošlog stoljeća, kupaći kostimi za muškarce i žene izrađivali su se od laganijih materijala i pratili liniju torza. Na taj su način omogućavali puno efikasnije kretanje tijekom plivanja iako su upravo svojom 'oskudnošću' šokirali one starije i konzervativnije članove društva. Naime, u početku su kupaći kostimi bili pomalo glomazni te su na sebe uvijek imali pričvršćenu suknju ili pokrivalo nalik pregači, sve u svrhu prekrivanja što veće površine tijela. Do 1916. godine kupaći kostim je bio popularan oblik mode. Te godine održan je prvi "Day Bathing Suit", u Madison Square Gardenu u New Yorku gdje su predstavljeni novi stilovi kupaćih kostima³⁵. Po prvi put, muški i ženski kupaći kostimi bili su sportski, trendi, čak i atraktivni. U to vrijeme pregače su počele nestajati na modernim kostimima. Ipak, propisi na mnogim javnim plažama zahtijevali su od muškarca i žena da nose lagane i široke suknje ili pak pokrivala slična suknji koja su se odijevala na uske kratke hlače.

S druge strane, ženska sportska odjeća pratila je trenda dječaćkog *looka*. Za tenis žene su nosile plisirane, do koljena duge bijele suknje s majicama bez rukava. Za golf su također nosile plisirane suknje, ali u nešto jačim bojama i karirane, uz pletene majice i kardigane dugih ili kratkih rukava. U to vrijeme Coco Chanel predstavila je komotne hlače za žene, hlače koje su

³³ Pendergast, S., Pendergast, T., Fashion, Costume, and Culture: Clothing, Headwear, Body Decorations, and Footwear through the Ages, U•X•L (The Gale Group), USA, 2004, str. 744

³⁴ *Plus fours* su hlače napravljene 10 cm duže od običnih *knickers* hlača. Dok su još uvijek bile čvrsto pričvršćene ispod koljena, dodatna tkanina prelijevala se preko rubne trake dajući opuštenu, vrećasti izgled.

³⁵ Pendergast, S., Pendergast, T. Fashion, Costume, and Culture: Clothing, Headwear, Body Decorations, and Footwear through the Ages, U•X•L (The Gale Group), USA, 2004, str. 746

oko gležnjeva bile prilično široke, a namijenjene su bile ženama za nošenje tijekom jedrenja. Same hlače i jesu izgledale kao one nošene od strane pomoraca, i upravo to se u ono vrijeme činilo vrlo kontroverznim s obzirom da žene nisu nosile hlače, pa čak ni za sport. Ponovo, u ovom potezu Coco Chanel mogu primijetiti indikaciju feminizma tj. želje izjednačavanja žene s muškarcem posredstvom mode.

Vrijedilo bi spomenuti još jednu poznatu ličnost 20-ih godina koja je u svakodnevnu modu uvela određeni trend. 1927. godine Charles Lindbergh (1902.-1974.) poznat kao prvi zrakoplovac koji je samostalno preletio Atlantski ocean, svojim pothvatom postao je heroj te vrlo cijenjen. Do 1928. njegovi fanovi masovno su počeli na sportske evente nositi kožnu tzv. avijatorsku jaknu po uzoru na onu koju je on nosio na svojoj ekspediciji.

12. Mladež i sveučilišna moda

Desetljeće dvadesetih godina 20. stoljeća ponekad se naziva i 'doba goruće mladeži', jer su utjecaj i energija mladih ljudi bili oslobođeni na nov način u ovome razdoblju. Mladi su se upoznavali u srednjim školama i na fakultetima. Okupljali su se i družili na način na koji njihovi roditelji, djedovi i bake nikada nisu te stvorili stilove i modne trendove koji su imitirani još dugo poslije. U svijetu nakon Prvog svjetskog rata, zabava i bezbrižna sloboda mladih bila je dobrodošlo olakšanje, a ni jedan stil nije bio previše glup ili neozbiljan da ne bi mogao postati visokom modom. Nakon rata, mnogi su se mladi pobunili protiv vrijednosti za koje su se zalagale generacije njihovih roditelja, koje su smatrali čak uzročnicima rata. Odbacili su skromnost, kontrolu i uvažavanje razdoblja devetnaestog i početka dvadesetog stoljeća te tako prihvatili sve što je moderno, užurbano i uzbudljivo. Novi izumi poput automobila i nove popularne jazz glazbe, postali su simbolom tog vremena. Dok se svijet oporavljao od smrti i razaranja, mnogi su slavili mladost i život. Jedna od stvari koja je povećala utjecaj mladih kao društvene grupe bio je rast i razvoj srednjoškolskog obrazovanja. Razdoblje nakon Prvog svjetskog rata bilo je vrijeme prosperiteta i industrijalizacije. Kako je više proizvoda bilo masovno proizvedeno, ljudi nisu morali raditi toliko teško i djetinjstvo je sada bilo duže i lagodnije. Desetljećima prije većina adolescentne djece morala je ići na posao, no 1920-ih mnogi su umjesto toga pohađali srednju školu. Po prvi put veliki broj mladih ljudi provodio je dosta vremena zajedno. Studiranje na fakultetima također se povećalo tijekom dvadesetih godina 20. stoljeća. Učenici srednjih škola te studenti počeli su razvijati vlastite načine odijevanja, govora i zabavljati se. Filmovi kao što su *The Campus Flirt* (1926.) i *College Days*

(1927.)³⁶ na glamurozan način su prikazivali život na koledžima, a mladi posvuda počeli su nositi rakunske kapute i upotrebljavati koledž sleng poput veselih studenata u filmovima. Mladi student i *flapper* djevojka postali su idealni mladi par dvadesetih godina 20. stoljeća, a kućni partiji, duge vožnje i energični ples uz jazz glazbu postali su najpopularnija zabava. Još jedna značajna društvena promjena koju su predstavili mladi dvadesetih godina, bila je ideja o romantičnim izlascima, gdje je glavna bit bila da mladići i djevojke mogu provesti vrijeme privatno se upoznavajući, čak i ako se ne namjeravaju vjenčati. Ovakav tip druženja može značiti odlazak na zabavu u noćni klub gdje se zabavlja uz glazbu i ples ili na vožnju u automobilu. Sve je to naravno uključivalo i čin ljubljena te dodirivanja, koji su bili zabranjeni tijekom devetnaestog stoljeća, ali su tijekom ludih dvadesetih bili smatrani dobrom i tada već uobičajenom zabavom. Stariji, konzervativni ljudi često su bili šokirani i zaprepašteni ponašanjem mladih. Osim izlazaka i plesanja dok su odjeveni u najnoviju modu, po mnogima nemoralnu, mladenačka pobuna često uključuje pijenje ilegalnog alkohola i uporabe neprimjerenog izražavanja. Mlade žene su počele pokazivati koljena, nosile su puno šminke i pušile cigarete. Mnogi stariji vođe zajednice pokušali su protjerati ove sramotne nove trendove, ali čak i više od alkohola i cigareta, mladih su bili ovisni o slobodi i zabavi... Njihov novi pogleda na svijet po kojemu su živjeli nije bilo moguće obuzdati.

Kao što sam već bila spomenula, sveučilišta su postala mjesta okupljanja mladeži i izvorišta novih modni trendova. Mladi su se pokušali odvojiti od svojih starijih i uspostaviti vlastite modne stilove. Godine 1924. na sveučilištu Oxford u Velikoj Britaniji, mala skupina muških studenata utemeljila je novi trend nošenja hlača koje nikad ne bi nosili njihovi očevi. Te su hlače bile komotne i imale su iznimno široke nogavice. Na koljenima i manšetama izmjereni su između dvadeset dva i četrdeset inča širine. Poznate su kao *Oxford Bags*, nazvane zbog njihove pretjerano vrećaste pojave i institucije visokog obrazovanja iz koje su potekle. *Oxford Bags* su se prvi put počele nositi nakon zabrane nošenja *knickers* hlača kao adekvatna zamjena. Zbog svoje veličine, točnije širine, *Oxford Bags* su se mogle nositi preko *knickers* hlača. Stil je navodno bio inspiriran tipom hlača koje su studenti, članovi veslačkog tima, nosili preko *knickers*-ica. Uz *Oxford Bags* su se obično nosile pletene dolčevite ili kratke jakne. Bile su izrađene od flanela i dolazile su u rasponu boja- od onih tradicionalnih do vrlo živih i upadljivih. Kombinacija njihovog neobičnog stila i boje učinila je *Oxford Bags* hlače modnim ekstremom desetljeća, te su one time simbolizirale nesmotrenost mladosti. Stil *Oxford Bags*-a uskoro je

³⁶ Pendergast, S., Pendergast, T. Fashion, Costume, and Culture: Clothing, Headwear, Body Decorations, and Footwear through the Ages, U•X•L (The Gale Group), USA, 2004, str. 727

privukao pozornost američkih studenata, osobito onih koji su pohađali školu sjeveroistočnog Ivy League-a, američka sveučilišta s najvišim akademskim i društvenim ugledom.

Njihova popularnost među američkim studenatima učvršćena je kada je u siječnju 1925. predsjednik Sjedinjenih Američkih Država Calvin Coolidge (1872.-1933.) Izjavio da on "ni mrtav ne bi bio uhvaćen" noseći *Oxford Bags*. Tog proljeća robna kuća John Wanamaker započela je promovirati hlače u Sjedinjenim Državama gdje su sada počele uživati veliku popularnost među mladima.³⁷ *Oxford Bags* hlače na poslijetku su ipak izgubile popularnost do kraja 1920-ih, no svojim karakterističnim izgledom ostale su zapamćene te tako utjecale na trendove nadolazećih desetljeća.

Još jedan od modnih trendova koji je populariziran zahvaljujući studentima jest rakunov kaput (eng. *raccoon coat*). Tijekom kratkog razdoblja sredine 1920-ih, nošenje dugih, glomaznih kaputa od rakunovog krzna bila je nezaobilazna moda među mladim američkim muškarcima koju su vrlo brzo preuzele i djevojke. Izvanredan i blistav, sivi i crni rakunov kaput savršeno se uklapao u stil ludih dvadesetih kada su ljudi uživali novoosnovane slobode, a osjećaja pobune nije manjkalo. Krzno životinja, s toplom podstavom, dugo je bilo popularna zimska odjeća, a rakun je nudio jedno od najpovoljnijih vrsta krzna. Rakunov kaput postao je osobito popularan tijekom dvadesetih godina prošlog stoljeća kada je vožnja automobilima postala jedna od najpopularnijih aktivnosti za one dovoljno dobrog ekonomskog statusa koji su bili sretni vlasnici, na primjer, *Henry Forda Model T* automobila. Do gležnjeva dugi rakunovi kaputi bili



su savršeni za vožnju zimi jer su automobili 1920-ih uglavnom bili otvoreni, pa je za takvu vožnju bilo potrebno što bolje se zaštititi od hladnoće, a u isto vrijeme ostati u trendu. Oni koji su si mogli priuštiti automobil podrazumijevalo se da posjeduju i rakunov kaput; to dvoje dolazilo je u paketu pa je tako rakunov kaput postao i simbolom bogatstva.

Slika 11.

³⁷ Pendergast, S., Pendergast, T. Fashion, Costume, and Culture: Clothing, Headwear, Body Decorations, and Footwear through the Ages, U•X•L (The Gale Group), USA, 2004, str. 735

Nije prošlo dugo prije nego što su studenti uronili u modu nošenja rakunova kaputa. Uvelike su ga popularizirali pa se tako počeo vezati uz njih, a posebice one studente koji su bili članovi tzv. Ivy League koledža i sveučilišta kao što su Brown, Columbia, Cornell, Dartmouth, Harvard, Sveučilište Pennsylvanije, Princeton i Yale. Rakunov kaput također su popularizirale i slavne osobe kao što su radio zvijezda Rudy Vallee (1901-1986), nogometni junak Red Grange (1903.-1991.) te poznati koledž nogometaši Notre Damea pod nadimkom *Four Horsemen*.³⁸ Kao posljedicu toga mladi su počeli nositi rakunov kaput na nogometne mečeve i sveučilišne zabave. Moderni mladi muškarci koji su slušali jazz glazbu, koristili moderan sleng, nosili su rakunov kaput sa slamnatim šeširima zvanim *boaters* (slika 11.) i bijele špule (eng. *spats*) na svojim cipelama- nazvani su *collegiates* ili *sheiks*.³⁹ Žene koje su uživale u novoj slobodi mode 1920-ih, također su voljele nositi tople, oštre krznene kapute, a za mlade afroamerikance rakunovi kaputi bili su najviša točka stila. Ovdje se još jednom javlja tendencija žene dvadesetih godina prošlog stoljeća ka kopiranju i/ili preuzimanju modnih trendova od muškaraca. Pretpostavljam da je slobodoumnost i osamostaljenje žena uzrok njihovoj potrebi ka isticanju toga da su i one sposobne i slobodne nositi pa i činiti isto što i muškarci.

13. Utjecaj vojne uniforme na svakidašnju modu

Tijekom Prvog svjetskog rata nastalo je mnogo odjevnih predmeta koje je bilo potrebno dizajnirati za vojnike kako bi im se omogućila udobnost i zaštita u nemilosrdnim uvjetima. Dio vojne odjeće pa i uniforme postala je inspiracija za svakodnevnu modu dvadesetih godina 20. stoljeća. Među prvima mogu spomenuti *navy blue blazer* ili ti sako mornarskog stila. Prvi ovakav sako pojavio se 1830ih, a njegov dizajner bio je kapetan britanskog broda pod nazivom *HMS Blazer*.⁴⁰ Kapetan je dao izraditi sako od plavog serža (glatki tvid) u svrhu posjeta kraljice Viktorije. Jakna je imala dva reda sjajne dugmadi što je oduševilo kraljicu koja se onda pobrinula da svi članovi mornarice nose iste takve sakoe. Kasnije, početkom 20. stoljeća, popularnost sakoa raste te ga muškarci uvode u svoje svakodnevno odijevanje. Sako mornarskog stila nosio se tijekom sportskih događanja. Počinje se koristiti i u nešto službenije svrhe- pripadnici sportskih klubova često bi dali ušiti logo njihova kluba na prsni džep sakoa. Ovaj tip sakoa su preuzele i škole te sveučilišta u Engleskoj, a kasnije u većem dijelu Europe i u Americi, kao dio njihove školske uniforme. Dok su sakoi mornarskog stila imali džepove s

³⁸ Pendergast, S., Pendergast, T. Fashion, Costume, and Culture: Clothing, Headwear, Body Decorations, and Footwear through the Ages, U•X•L (The Gale Group), USA, 2004, str. 740

³⁹ Pendergast, S., Pendergast, T. Fashion, Costume, and Culture: Clothing, Headwear, Body Decorations, and Footwear through the Ages, U•X•L (The Gale Group), USA, 2004, str. 740

⁴⁰ Pendergast, S., Pendergast, T. Fashion, Costume, and Culture: Clothing, Headwear, Body Decorations, and Footwear through the Ages, U•X•L (The Gale Group), USA, 2004, str. 733

prijeklopom na gornjem dijelu oni koji su bili dio školske uniforme su imali džepove koji su zapravo bili komad zasebne tkanine našiven na područje prsa. Oba tipa su imala dva reda gumba koji su često bili ukrašeni grbom škole ili sportskog kluba (grb je bio najčešće ugraviran). Plavi sakoi su poslije postali dio poslovnog ruha muškaraca i nosili se svakodnevno bez obzira je li netko bio pripadnik nekog sveučilišta, kluba ili mornarice. Naime, za jakne muških odijela ovog desetljeća, kratke i s visokim strukom, inspiracija je bila upravo vojna odora. Pomislili biste da su htjeli zaboraviti sve što je povezano s ratom, ali ipak su elemente vojne odore interpretirali kao ponovno prisvajanje odjeće povezane s ratom koja je sada dobila novo značenje.

Sljedeći odjevni predmet svakodnevne mode inspiriran vojničkom uniformom jesu *plus fours* hlače (slika 12.). Tijekom Prvog svjetskog rata neki britanski časnici nosili su široke jahačke hlače koje su se u naborima prelijevale preko vrha čizama. Nevjerojatan izgled njihovih vrećastih hlača omogućio je širenje ove mode nakon što je rat završio. Ubrzo je stvorena nova vrsta hlača koja je imitirala ležeran izgled strogih vojničkih hlača dodavanjem četiri inča (plus 4 inča- *plus fours*) na uobičajenu dužinu prethodno popularnih *knickers* hlača. Uskoro su bile popularne diljem Velike Britanije. Edward VIII (1894.-1972.), princ Walesa, protivši ovaj trend, modu *plus fours* hlača doveo je u Sjedinjene Države svojim posjetom 1924. godine.⁴¹ U vrlo kratkom vremenskom roku ove hlače su zamijenile kratke *knickers* hlače tada već smatrane starinskim. *Plus twos*, kod koji se koristilo manje tkanine, i *plus sixes*, gdje se koristilo više, također su uvedeni, ali nisu bile popularne kao *plus fours*. Vojna uniforma utjecala je i na sportsku odjeću, tj. na odijevanje sportaša pa su tako golferi prisvojili *plus fours* kao dio svoje sportske uniforme, no zapravo su u prvom planu htjeli izgledati dojmljivo i biti u trendu. Hlače nisu bile samo *trendy* već su im također davale više prostora za kretanje zbog viška tkanine koji se prelijevao preko ruba hlača te tako hlače činio komotnima. Moderan golfer 1920-ih godina nosio je *plus fours* s čarapama do koljena s *argyle* uzorkom i puloverom.

⁴¹ Pendergast, S., Pendergast, T. Fashion, Costume, and Culture: Clothing, Headwear, Body Decorations, and Footwear through the Ages, U•X•L (The Gale Group), USA, 2004, str. 738



Slika 12.

Nije samo odjeća u kontekstu uniforme bila inspiracija za stvaranje novih trendova, već i obuća. Tu mogu svrstati već spomenute *spats*. *Spats* potječu iz sedamnaestog stoljeća kao kožno ili od platna izrađeno pokrivalo za obuću zvano *gaiters*, kod nas poznatije kao gamaše.⁴² Gamaše su bile nešto kao dokoljenice koje su prekrivale cipele i noge (do koljena). Nosile su ih žene, čije haljine nisu bile od velike pomoći u zaštiti cipela i čarapa od blata i prskanja vode, a muškarci koji su u to vrijeme nosili hlače tzv. *breeches* (tip hlača koji je završavao neposredno ispod koljena) također su trebali dobru zaštitu. Do 1700-ih nekoliko je europskih naroda usvojilo gamaše kao dio svoje vojne odore jer su bile vrlo korisne u zaštiti, kako same odore tako i pojedinca koji je nosi tijekom loših uvjeta u kojima su se vojnici konstantno nalazili. Gamaše su također nazivali i *spatterdash*, jer su štitile od prljavštine i blatne vode na ulici. Tijekom ludih dvadesetih *spats* su postale popularne povratkom cipela u modu. Iako još uvijek s istom namjenom, bile su skraćene kako bi se činile elegantnijima. Muškarci su ih pomoću gumene vrpce kačili na svoje cipele i tako postizali izgled čizme. *Spats* ubrzo postaju imperativ u odijevanju uglađenih i bogatih muškaraca.

⁴² Pendergast, S., Pendergast, T. Fashion, Costume, and Culture: Clothing, Headwear, Body Decorations, and Footwear through the Ages, U•X•L (The Gale Group), USA, 2004, str. 775

14. Zaključak

Šarolikost ludih dvadesetih fascinantna je. To su bile poslijeratne godine u kojima se željelo zaboraviti na strahote rata i nadoknaditi sve ono što se tijekom tih godina gubilo i propuštalo. Utemeljene su nove vrijednosti koje su svojom šokantnom posebnosti u mnogima probudile novi pogled na svijet. Mogu zaključiti da je svaka promjena, bila velika ili mala, više utjecala na žensku populaciju nego li na mušku, s naglaskom na mladež. Želja žena za neovisnošću i pravom glasa potekla je iz činjenice da su muškarci, nakon što su otišli u rat, u njihovim rukama ostavili ne samo obitelji već i budućnost njihovih gradova. S namjerom da zadrže svoje poslove i budu samo svoje, sufražetkinje kreću borbu za prava žena u kojoj su izvojevale pobjedu. S novostečenim slobodama rađa se *flapper* djevojka- neovisna i slobodna žena koja se ne pokorava niti jednom muškarcu, koja svojom pojavom donosi nove i šokantne trendove, kako u načinu života tako i u modi. *Flapper* je bila moderan oblik žene, hedonistica bez srama s neutaživom željom za zabavu i tendencijom bijega od radne obveze. Tu mogu uočiti sukob između dvije skupine žena s različitim pogledima na život: na jednoj strani su žene koje su se izborile za svoja prava i neovisnost želeći zadržati svoju čast i ugled čistim te voditi kvalitetan život samostalno zarađujući; dok na drugoj strani imamo *flapper* djevojku, također slobodnu, ali buntovnu i prilično nemoralnu koja je uvijek pronalazila načine dolaska do novca kojeg nije sama zaradila. Iako postoji razlika, ovim dvjema skupinama žena jedno je zajedničko- njihova želja za neovisnošću i ravnopravnošću. U umjetnosti, točnije *Art Decou*, prikaz žene pa i muškarca bio je prilično apstraktan, ali ženski lik pojavljivao se posvuda, na najbanalnijim, svakidašnjim uporabnim predmetima. Tu se uočava fokus umjetnosti na nježniji spol koji se, ne samo kroz umjetnost, već i kroz medije uvelike seksualizirao. Tako su figurice od slonovače najčešće prikazivale *flapper* djevojku u njezinoj kratkoj odjeći i bogatstvu pokreta. Umjetnost je svoje čari bacila i na modne dizajnere, točnije dizajnerice, koje su također kao samosvjesne i neovisne žene ostavile velik i do danas zapamćen trag u povijesti mode. Coco Chanel, Jeanne Lanvin i Madeleine Vionnet pod utjecajem *Art Decoa* i pojavom "nove žene" dizajniraju odjeću koja oduzima dah i diktira daljnje trendove. *Ribbon dress*, *Robe de Style* i Vionnetine večernje haljine s kosim rezom samo su neke od umjetničkih djela koja su izvrstan primjer ujedinjavanja umjetnosti, novih vrijednosti toga vremena i osobitosti pojedine dizajnerice. Lude dvadesete ne bi bile lude da nije glazbe koja je bila glavni pokretač živosti tog razdoblja. Jazz glazba svojim je divljim tempom ulijevala veselje i želju za plesom pa je tako nastao *Charleston*- ples karakterističan za ovo razdoblje. Sloboda duha bila je glavni simbol jazz glazbe, a sloboda pokreta glavni simbol *Charlestona*. Tako glazba postaje jedan od čimbenika koji traži od žene

da oslobodi svoje tijelo korzeta, teških tanina i glamuroznih krhkih frizura te uživa u ludosti. Mnogi su smatrali da je novi stil koji su žene njegovale muškobanjast jer je uključivao stezanje grudi i vrlo kratku kosu, no prava istina je da je, bez obzira što se često nazivao *boyish look*-om, ovaj stil bio praktičan. Da nije bilo medija niti jedan od trendova dvadesetih godina 20. stoljeća ne bi bio dobro promoviran i u kratkom roku zaludio mase. Isto tako se ne bi mogla ostvariti dobra zarada. Radio, novine, časopisi stvorili su potpuno moderna ženu čiji je razvoj omogućen ekonomskim rastom, nastankom novih proizvoda i trendova. Postaju materijalisti koji uživaju u kupovini i raskalašenim zabavama. Svojim izgledom i ponašanjem bile su upečatljivi pojedinci ovog desetljeća te su tako često bile na udaru agresivnih reklamnih medija. Kratka odjeća koja ne sputava tijelo, kratka kosa, šminka, stroge dijete, steznici... Sve su to bili trendovi koji su se uz komercijalnu moć medija nametali ženama, a one su ih, željne slobode i noviteta, objeručke prihvatile. Bok uz bok s radiom, novinama i časopisima stoji film. Možda nije medij, ali jest umjetnost koja je u jednakoj mjeri stvarala trendove tijekom dvadesetih godina prošlog stoljeća i to ponajviše zahvaljujući Hollywoodu. Slavni glumci i glumice bili su jedni od najznačajnijih *trendsetera* koje su mnogi obožavali i s užitkom ih imitirali. Konzervativni slojevi društva bili su u negodovanju i šoku zbog činjenice da se seks sve slobodnije i bez ikakvog srama prikazivao na filmskom platnu. Za druge, gledati fatalne *vamp* žene i misteriozne zgodne muškarce bio je privlačan način provođenja slobodnog vremena. Djevojke kopiraju *vamp look* Louise Brooks, nježan stil *it* djevojke Carle Bow, žele živjeti slobodno i luksuzno baš kao Greta Garbo u *Flesh and the Devil*. Muškarci pak kopiraju uglađen, muževan i misteriozna *look* kakav su njegovali glumci Ramon Navaro i Rudolph Valentino. Uz slavu i sjaj Hollywooda ostvarenje "američkog sna" više se nije činilo tako nemogućim. Mnogi su krenuli u lov na svojih 5 minuta slave. Jedni od najdražih filmskih likova tada bili su gangsteri. Ne samo fiktivni likovi već vrlo, vrlo stvarne osobe koje su svojom moći i karizmom bili inspiracija mnogima. Vrijeme prohibicije rodilo je pojedince koji su svoju slavu i bogatstvo stekli krijumčarenjem alkohola i sličnim ilegalnim poslovima. Al Capone je kao najmoćniji i najokrutniji vođa bande u povijesti stekao veliku medijsku popularnost i tako lik gangstera učinio mnogima privlačnim. Elegancija i luksuz stila koji su njegovali gangsteri uskoro je postala inspiracija muškoj modi: fina odijela, skupocjeni satovi i *spats* cipele, fedora šešir, bili su glavni elementi gangsterske mode.

Tijekom dvadesetih godina 20. stoljeća sport je postao vrlo popularan. Sve više se ljudi bavi nekakvim sportom želeći živjeti zdravo. Isto tako, sve više ljudi provoditi svoje slobodno vrijeme gledajući razno razne utakmice, a sportaši, baš kao i filmske zvijezde, osvajaju srca

obožavatelja svojim uspjesima. Upravo zbog toga i oni postaju značajni *trendseteri*. Lacoste je utemeljio brand koji živi i dan danas, tadašnje golfske zvijezde popularizirale su *knickers* hlače, Coco Chanel je dizajnirala ženske široke hlače za jedrenje čime je započela malu revoluciju u ženskoj modi (jer tada nije bilo uobičajeno da žene nose hlače), Charles Lindbergh svojim je pothvatom stekao je mnoge obožavatelje koji su po uzoru na njega počeli nositi avijatorsku jaknu, a plivanje, kao jedan od popularnijih sportova pridonijelo je moderniziranju dizajna kupaćih kostima.

Mladež je također, kao glavni nosilac promjena ovog desetljeća u modu uvela nove trendove. Pohađajući sveučilišta koja postaju središta druženja mladih ljudi, mogli su vrlo lako popularizirati određeni trend među mnoštvom koje žudi za novitetima u svijetu mode. Tako nastaje trend nošenja kaputa od rakunova krzna i *Oxford Bags* hlača. Novi životni stil koji je podrazumijevao konzumaciju alkohola, vožnje automobilom, odlaske na spojeve nije radio veliku razliku između mladića i djevojaka. Naime, njihova ravnopravnost se očitovala kroz mnoge čimbenike.

Svoj djelovanje na modu imala je i vojna uniforma. Koliko god su ljudi tada željeli potisnuti sve što je imalo veze s ratom, od nekih njegovih utjecaj nisu mogli pobjeći. Tako se elementi uniforme javljaju u svakodnevnom odijevanju: *navy blue blazer*, *plus fours* hlače i gamaše (*gaiters*).

Teško je odrediti koji je od svih navedenih čimbenika najviše utjecao na oblikovanje razdoblja ludih dvadesetih. Zapravo, činjenica je da svaki od ovih čimbenika ima svoju posebnu ulogu te je u kombinaciji s drugima stvorio jedno od najznačajnijih razdoblja mode- razdoblje u kojem razlika između žena i muškaraca postaje mutna, a sloboda koju su žene ostvarile očituje se u njihovom stilu odijevanja. Dvadesete godine prošlog stoljeća također su najšokantnije i najrevolucionarnije razdoblje u povijesti mode jer nakon stoljeća negiranja ženskog tijela zarobljenog u korzetu, glomaznim dugim haljinama, velikim količinama tkanine, dolazi do iznenadne afirmacije tijela žene od koje se uvijek očekivala pokornost i moralnost. Ono najekstravagantnije bila je dužina haljine/suknje koja se penje čak i iznad koljena. Želeći pokazati da može biti ravnopravna muškarcu, žena radi, vozi automobil, nosi vrlo kratku kosu, steže svoje grudi, puši, pije... Njezina sloboda kreće prvo od njezina stanja uma, preko načina njezina života, sve do stila odijevanja koji je sa svim tim u skladu. Njezina seksualnost više nije nešto što se skriva unutar 4 zida- sada je svi vide na reklamnim plakatima, u časopisima i na filmskom platnu. Odjeća, tj. moda, slijedi sve ove elemente "nove žene" u stopu, a cilj je održati ih i što bolje pokazati. U muškoj modi nije došlo do velikih promjena. Odijela su nešto što se

stotinama godina unazad njegovalo kao imperativ u odijevanju muškarca. Iako, javljaju se trendovi koji su moderni i neobični pa ih muškarci, koji su tada također bili otvorenijeg duha, rado prihvaćaju. Mediji posredstvom Hollywooda, sporta, gangstera, umjetnosti, promoviraju novonastale trendove koji se odražavaju na život društva pa tako i na samu modu. Moda prati promjene, bile one pozitivne ili negativne, pronaći će inspiraciju u bilo čemu. Dizajneri i dizajnerice, kao pravi vitezovi mode utemeljiti će novi trend koji je odraz prilika u društvu i onoga u što oni sami vjeruju i za što se zalažu. *Roaring Twenties* bile su godine predivnog ludila koje su započele revoluciju u modi. Od tada svako sljedeće desetljeće donosilo je u modi još više slobode, još više ljepote, još više ludila.

Literatura

- Shaw, A: *The Jazz Age: Popular Music in the 1920's*, Oxford University Press, New York, 1987
- Streissguth, T: *The Roaring Twenties, Revised Edition*, Facts On File, New York, 2007
- Fischer, L: *Designing Women: Cinema, Art Deco, and the Female Form*, Columbia University Press, New York, 2003
- Kennedy, D., Cohen, L. i Bailey, T. A: *The American Pageant, 15th Edition*, Cengage Learning, Boston, 2013
- Pendergast, S. i Pendergast, T: *Fashion, Costume, and Culture: Clothing, Headwear, Body Decorations, and Footwear through the Ages*, U•X•L (The Gale Group), USA, 2004
- Morgan Drowne, K. i Huber, P: *The 1920's*, Greenwood Press, USA, 2004
- Fischer, L: *American Cinema of the 1920s: Themes and Variations*, Rutgers University Press, USA, 2009
- Zdatny, S: *The Boysh Look and the Liberated Woman: The Politics and Aesthetics of Women's Hairstyles*, *Fashion Theory*, knjiga 1., izdanje 4., Berg, United Kingdom, 1997
- <http://www.thedandy.org>, Dennis K. Swartz, *Relationship Between Jazz and Flappers*, 28. kolovoza 2014.
- <http://glamourdaze.com>, Talia Felix, *1920s Makeup – The Silent Film Vamp Look – a myth exposed*, 25. travnja 2014.
- <http://www.1920s-fashion-and-music.com>, Jesse P. S., *Vintage Hollywood in the 1920s: If You Build It They Will Come*, datum nepoznat

Popis priloga

- slika 1. Primjer figurice od slonovače (prikaz *flapper* djevojke), autor: nepoznat
izvor: <http://blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=dellanjim&logNo=10101496865&redirect> , 2011.
- slika 2. Chanel, *ribbon dress* iz 1924., autor: nepoznat
izvor: <http://kittyinva.tumblr.com/tagged/Chanel/page/2>, 2013.
- slika 3. Večernja haljina Jeanne Lanvin, autor: Edward Steichen, Vogue, 1927.
izvor: <http://www.vogue.com/article/jeanne-lanvin-best-moments-from-the-archives>
- slika 4. Lanvinina *Robe de Style* večernja haljina, autor: Edward Steichen, Vogue, 1926.,
izvor: <http://www.vogue.com/article/jeanne-lanvin-best-moments-from-the-archives>
- slika 5. Primjer *Art Deco* dizajna/uzorka, autor: Irina Smirnova, 2013.
izvor: <https://www.colourbox.com/vector/art-deco-geometric-pattern-1920-s-style-vector-8275136>
- slika 6. Večernja haljina Madeleine Vionnet iz 1924., autor: nepoznat
izvor: <http://ephemeral-elegance.tumblr.com/post/142791549889/lam%C3%A9-and-velvet-inset-evening-dress-winter-1924>, 2016.
- slika 7. Večernja haljina Madeleine Vionnet iz 1928., autor: nepoznat
izvor: <http://www.metmuseum.org/art/collection/search/99745?img=0>
- slika 8. Mladi par pleše *Charleston*, autor: Granger, 2011.
izvor: <https://fineartamerica.com/featured/charleston-1920s-granger.html>
- slika 9. Glumica Louise Brooks, autor: nepoznat
izvor: <http://www.stylist.co.uk/people/50-style-icons-of-the-1920s#gallery-1>
- slika 10. Rudolph Valentino u jazz odijelu (film *Cobra*, 1925.), autor: Paramount
izvor: <http://www.imdb.com/title/tt0015693/mediaviewer/rm949524480>
- slika 11. Mladi par u kaputima od rakunova krzna, autor: nepoznat
izvor: <http://www.messynessychie.com/2014/11/26/the-1920s-college-kids-and-the-fur-pimp-coat-craze/> , 2014.
- slika 12. Golfer u *plus fours* hlačama, autor: nepoznat
izvor: knjiga *Fashion, Costume, and Culture: Clothing, Headwear, Body Decorations, and Footwear through the Ages* (str. 738.), 2004.

