

See me ROAR!

Het was de voorbije maanden hét lichtpuntje in een *nieuwsoverzicht* dat gedomineerd werd door virale kommer en kwel: jongens, er zitten *Roaring Twenties* aan te komen! Tromgeroffel en discreet gejuich alom, maar wat trekken we *precies* aan naar dat feestje?

Texte ISABELLE VANDER HEYDE



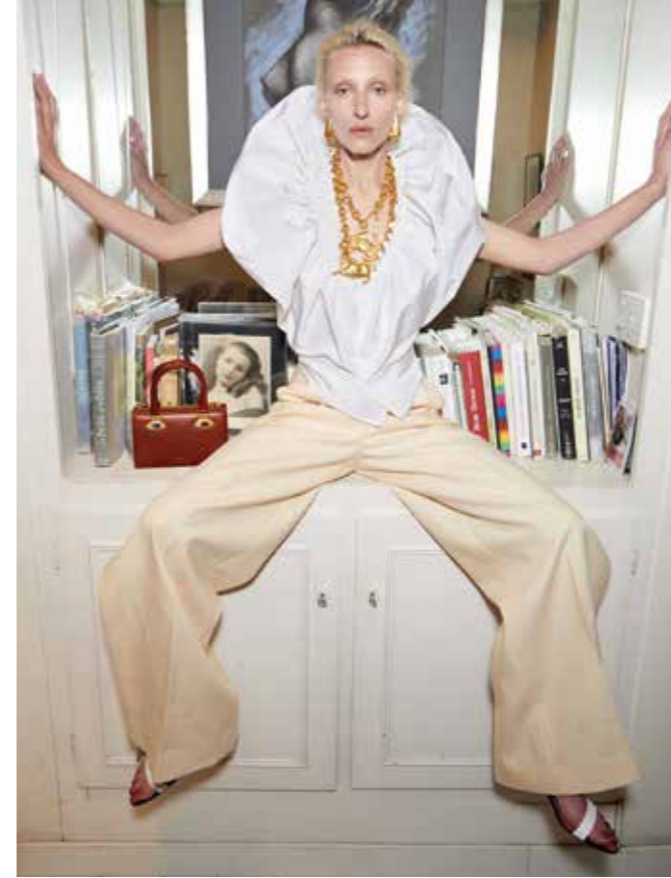
We hebben de voorspelling aan de Amerikaanse arts en socio-oloog Nicholas Christakis te danken. In zijn boek *Apollo's Arrow* onderzoekt hij de verregaande impact van de pandemie op onze leefwereld en wijst hij erop dat wat we nu meemaken helemaal niet zo uniek is. Of toch wel, elk beestje zijn eigen aard, maar eigenlijk ook weer niet: grootschalige epidemieën zijn van alle tijden, van Bijbelse plagen tot Middeleeuwse pesten en de ondertussen tot in den treure bovengehaalde Spaanse Griep. Dat die stevast de economie doen kelderen is een feit, dat er een constante is in de manier waarop mensen erop reageren ook. We houden ons even koest - lees: we worden religieuzer, spaarzamer, voorzichtiger, introvertter - tot het microbenbeest verjaagd is en we weer kunnen knallen als voorheen. Traditioneel brengt dit uitbundiger sociaal contact - zowat de meest droge definitie ooit voor "feesten" - met zich mee, alsook het omgekeerde van het zonet beschreven lijstje gedragingen. Het gaat er straks dus losbandiger, kwistiger en exuberanter dan ooit aan toe. Vertaald naar de context anno nu: we mogen ons verwachten aan stampensvolle café's, uitverkochte concerts, dating apps die in overdrive gaan én bijzonder creatieve uitspattingen aan kunst-, en dus ook modezijde. De Roaring Twenties, quoi, maar dan in de 21^{ste} eeuw. Klinkt leuk, al moeten we nog even wachten om de champagne te ontkurken: volgens Christakis duurt het zeker nog tot 2024 voor we als samenleving de medische, maar ook sociaal-economische en psychologische gevolgen van de pandemie te boven komen. Van een domper gesproken. Laat ons ook toe even verder te domperen: hoe geweldig de collectieve verbeelding de jaren 1920 ook vindt, het was een minder rooskleurige tijd dan fotogenieke films vol flapper dresses en verentooien doen vermoeden. Die waren voor de happy few. Een groot deel van de wereldbevolking leefde in bittere armoede en was nog steeds bezig de diepe wonden van de Eerste Wereldoorlog en Spaanse Griep te likken toen de grote beurs-



“DAT CRISIS met CREATIVITEIT RIJMT, BEWIJST de Siren SUIT: een MODERN OGEND E ONESIE die LONDENSE VROUWEN in volle WERELDOORLOG over hun NACHTJAPON KONDEN ritsen BIJ NACHTELIJKE LUCHTAANVALLEN.”

crash van 1929 zich alweer aandiende. Minder rooskleurig, maar daarom niet minder interessant of hoopgevend. Het verleden is er om lessen uit te trekken: als de economische heropflakking er deze keer één wordt met aandacht voor mens en milieu, als de termen "duurzaamheid" en "bewust produceren/consumeren" straks in dikke vette letters op de blanke pagina staan, kleurt de nabije toekomst misschien toch rozenrood. De uitdagingen binnen dat kader kunnen immers niet meer verschillen met de situatie van een eeuw geleden: toen was sociale en economische ongelijkheid het werkpunt in de Westerse wereld, vandaag is dat een monsterlijk consumptiepatroon dat aan een ongebreidelde vaart produceert en verbruikt. En dat is een tendens die er inderdaad aan zit te komen. "De mode-industrie ontvangt nooit eerder geziene klappen, evenredig met de nooit eerder geziene schaal waarop het de laatste jaren opereerde," zegt Abi Buller, toekomstanalist bij het internationaal vermaarde Trend & Future Consultancy bureau The Future Laboratory. "Overproductie was al tijden een probleem en nu krijgen we daar de rekening van: winkelsluitingen en een verstoorde supply chain zorgen voor drama's. Anderzijds experimenteren modespelers met deadstock, upcycling en andere oplossingen in het duurzaamheidsvraagstuk. De industrie zet de juiste stappen." Gaan we straks dus niét massaal aan het binge-shoppen? "Er zal vast en zeker een hedonistische heropflakking zijn, maar die zal van korte duur zijn - of zal althans moeten onderdoen voor de groeiende groep consumenten die het allemaal wat trager en duurzamer wil aanpakken. Niet iedereen heeft daar de middelen voor, maar we zien nu al hoe dit de creativiteit van GenZ-ers opdrijft. Platforms als TikTok barsten bijvoorbeeld van de DIY-projecten en andere manieren om meer uit je eigen klerkast te halen."

Ook boeiend: de impact die pandemieën - en in hun verlengde de werkcultuur - keer op keer op het modebeeld hebben. De nood aan comfort primeert daar steeds bij. Laten we opnieuw verder kijken dan sexy flapper jurkjes: de jaren 1920 betekenden inderdaad de doodsteek voor het korset, maar ook de geboorte van



female sportswear en mooi-functionele looks voor vrouwen. Die laatsten traden toe tot de arbeidsmarkt, vaak om het werk van hun bertreunde mannen te verrichten, en dat ging niet in jurk. Broeken met handige broekzakken dus, en naar het einde van het decennium toe zelfs met ritssluiting. Klinkt triviaal, maar het was wel revolutionair als je beschouwt dat vrouwen rond de eeuwwisseling nota bene beboet konden worden voor het dragen van een broek! Eenzelfde verhaal na de Tweede Wereldoorlog: er heerste een nijpend textieltekort en bij afwezigheid van mannen staken vrouwen de armen uit de mouwen én in manshemden. Upcyclen was meer dan ooit een ding en mannelijke garderobes werden massaal omgetoverd tot vrouwelijke werkplunjes. Dat crisis met enorme creativiteit rijmt, bewijst trouwens de beruchte Siren Suit: een opvallend modern ogende onesie die Londense vrouwen tijdens nachtelijke luchtaanvallen gemakkelijk over hun nachtjapon konden ritsen alvorens publieke schuilkelders in te duiken. Het is een wederkerend patroon: als de (economische)

“DE HELD wint als STIJLICOON AAN gezag WANNEER ONZE REALITEIT OP ZIJN kop STAAT: DE KOMENDE tien JAAR WILLEN we vooral KRACHT UITSTRALEN.”

Foto's © Daniel Roseberry for Schiaparelli SS21

nood het hoogst is, dicteert de werkvloer de heersende trends - en die zijn opvallend vrouwvriendelijk.

Over naar 2021. De gemiddelde mens werkt al een jaar vanop de bank in joggingsbroek. Vrijer dan dat wordt het niet, borsten en billen kunnen zorgeloos alle kanten uit, en toch voelt onze werkelijkheid benauwender dan ooit. Hoe vertaalt de verwachte hang naar comfort zich naar deze specifieke crisis? We zijn slobberbroek-moe, zo blijkt uit taferelen vol opgeklede mensen in de supermarkt - zowat de enige plaats waar we nog onge-neerd heen kunnen. De frustratie over de heersende verslonzing bracht in combinatie met de Zoom cultuur een nieuwe look met zich mee: athflow, een samenvoegsel van athleisure en flow, geeft loungewear een deftige twist - denk casual jumpsuits met hakken, losse cardigans boven zijden slip dresses, veel knitwear in de mix met rijke materialen, fashionable joggingsets in luxe stoffen. "Athflow is een ding," beaamt Buller. "Het besef dat dit geen tijdelijke werksituatie meer is dringt door en mensen kiezen looks die hun persoonlijkheid uitdrukken boven standaard comfy kledij." Het modebeeld gaat de komende jaren sowieso alle kanten uit omdat persoonlijkheid belangrijker dan ooit wordt. Het einde van trends? Moeilijk te zeggen, maar het belang van een eigen stijl wint net na een crisis altijd terrein. Als we op de komende zomer- en herfstcollecties mogen afgaan, draait het er nu trouwens al vooral om je bestaande garderobe een twist te geven. Marni doet aan handbeschilderde jasjes, Gabriela Hearst heeft tie-dye ontdekt, Maison Margiela komt met geperforeerde jurkjes en Victoria lijkt de cutouts van haar zomerjurken lekker zelf met enkele goed geplaatste schaarstekten te hebben gemaakt. Looks die straks uiteraard door de eerste de beste fast fashion keten worden gekopieerd, maar die je ook doodleuk zelf aan de keukentafel ineen kan flansen.

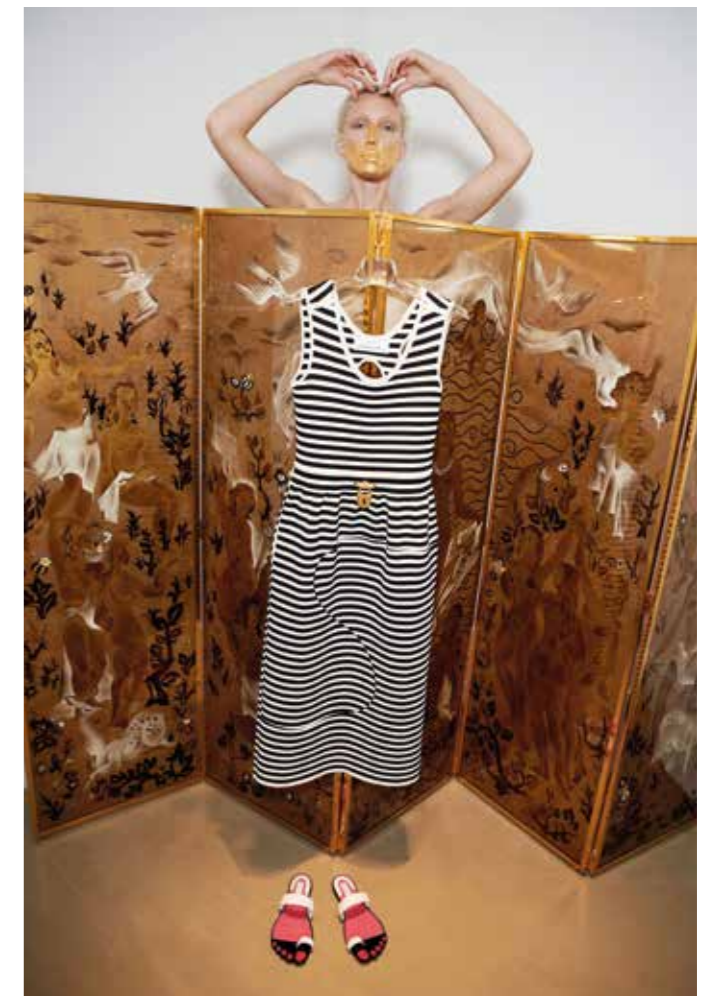




Foto © Daniel Roseberry for Schiaparelli SS21, Will Sanders for Ashish



“De LANGVERWACHTE
EXUBERANTIE
zit ERAAN
TE KOMEN,
al zal DIE VEEL
GEZICHTEN
KENNEN.”

Waarop de glazen bol verder nog zinspeelt? Als het aan Buller ligt, krijgen we met erg uiteenlopende smaken en voorkeuren te maken -ze poneert de term *“transformative twenties”* boven *“roaring twenties”*. Enerzijds overleven we een periode van intens medisch besef niet zonder kleerscheuren -of op z'n minst een antibacterieel stofje of twee. Ze wijst op een groep consumenten die functionele, beschermende kledij willen en het mondmasker langer dan verplicht blijven aanhouden -de angst zit er goed in. *“Het voorbije jaar kwam het onderzoek naar alternatieve stoffen in een stroomversnelling terecht. Sweaters uit technische, antivirale materialen zijn weldra niet zo uitzonderlijk meer. De verhoogde vraag naar duurzaamheid heeft ook de zoektocht naar alternatieven voor grondstoffen in de hand gewerkt -denk bijvoorbeeld aan biologisch afbreekbaar textiel.”* Anderzijds zit ook die langverwachte exuberantie eraan te komen, al zal die veel gezichten kennen. Voor de ene zit het in een hervonden waardering voor kwaliteit. Eenvoud in de snit, maar rijkdom in materialen als wol, kasjmier, zijde, jacquard en in de technieken en het werk achter één stuk.

Foto's © Will Sanders for Ashish

Een ander vindt exuberantie in buitenaards speciale looks. De oneindige mogelijkheden van digitale werelden spelen hier een belangrijke rol in. Het is geen geheim dat mode, IT, virtual reality en artificiële intelligentie het voorbije jaar naar elkaar toe groeiden en dat zal blijvende gevolgen hebben voor zowel de productie- en marketingtechnieken van onze kleren, maar ook voor de looks die we straks koesteren. De outfits van Super Mario en co lieten ons ooit koud, maar in de nabije toekomst zullen we waarschijnlijk wél stijladvies inzamelen bij de helden van videospelletjes. Het gaat zelfs zo ver dat experts de opkomst van een parallelle, immateriële modewereld voorspellen. *“De held”*, een stijlicoon die aan gezag wint wanneer onze realiteit op zijn kop staat: wat nu vooral opvalt, is een neiging naar sculpturale silhouetten en grote volumes. Mouwen, broekspijpen, schouderomtrekken en tailles worden als nooit tevoren opgepompt, het liefst gecontrasteerd met loeistrakke bodycon elementen bij wijze van extra drama. Niet toevallig scoorde het surrealistische huis Schiaparelli dit voorjaar een hit met een blitse bodybuilderjurk. Haute Couture bewees in het verleden al haar strepen als spiegel van de tijdsgeest en Schiaparelli's spiegel weerkaatst een heroïsche vrouw. *“Couture heeft te lang met een hypervrouwelijke, verfijnd ideaal gedweept, ik heb tijdens de lockdown geleerd dat het allemaal wat minder beleefd mag zijn. Kracht en zelfzekerheid, daar draait het om,”* zo verklaart creatief directeur Daniel Roseberry zijn visie. Uitbreken dus, een imposant stel stoffen spierballen doen rollen.

En dat is misschien waar het komende decennium om zal draaien: vrijheid uitte zich honderd jaar geleden in een comfortabele werkbreek, een glitterend dansniemendalletje en het verbranden van een verstikkend keurslijf, vandaag staat het voor een nieuw soort kracht. De superioriteit van een 100% duurzame satijnen broek, de macht van een latex sixpack, de onverwoestbaarheid van een antibacterieel harnas of de almachtigheid van de extreem stijlvolle digitale avatar die achter een grijze huiswerkmens in joggingsbroek schuilgaat. Stuk voor stuk wapens in een wereld vol bizar gevaar en onzichtbare vijanden. Roaring twenties, here we come!