

1930 – 1945 : Η ΜΟΔΑ ΣΕ ΠΕΡΙΟΔΟ ΚΡΙΣΗΣ

Αλλαγή τοπίου

«Η αυλαία έπεσε και ένα νέο έργο αρχίζει [...]. Τα γυναικεία φορέματα και χτενίσματα επιμηκύνονται και εσείς, εσείς που μόλις χθες ή προχθές αρχίσατε να συμμετέχετε σε αυτό, γίνετε έτσι μάρτυρες μίας «εξέλιξης της Μόδας» που δεν συμβαίνει κάθε χρόνο».

Με τα λόγια αυτά αναλύει το 1932 ο Eduard Josef Wimmer – Wisgrill, Επικεφαλής του Τμήματος Μόδας των Ατελιέ της Βιέννης, τη διαφοροποίηση της Μόδας του 1930 σε σχέση με αυτή του 1920. Η θεατρική μεταφορά της αυλαίας που πέφτει είναι ίσως λίγο υπερβολική και η αλλαγή οπωσδήποτε δεν ήταν τόσο ξαφνική, όσο την περιγράφει ο Wimmer – Wisgrill. Ωστόσο, η δεκαετία του 1930 καταργεί ορισμένες επαναστάσεις που σημάδεψαν τη Μόδα την προηγούμενη δεκαετία, δίνοντας παράλληλα μία νέα ώθηση σε άλλα ρεύματα.

Η ιστορία της Μόδας δεν έχει γνωρίσει πολλές τομές τόσο ριζικές μεταξύ δύο δεκαετιών. Το «αγορίστικο» και αθλητικό στυλ του 1920 παραχωρεί τη θέση του σε μία παραδοσιακή και κομψή θηλυκότητα. Οι φόρμες που μέχρι τότε ήταν πιο συμμετρικές μετατρέπονται ασυναίσθητα σε χυτές γραμμές. Τα κοντά και άγρια μαλλιά επανέρχονται στις κυματιστές γραμμές και ξαναβρίσκουν το μήκος εκείνο που επιτρέπει να μαζευτούν ψηλά. Το κόψιμο γίνεται πιο συγκεκριμένο, τα καπέλα πιο εντυπωσιακά – με λίγα λόγια η σιλουέτα μεταμορφώνεται, εις βάρος της αυστηρότητας και της αποφασιστικότητας.

Παρατηρείται γενικότερα μία επιστροφή στις παραδοσιακές αξίες, ακόμα πιο ξεκάθαρη απ' ό,τι πριν από τον Πρώτο Παγκόσμιο Πόλεμο. Η οικονομική κρίση που βρίσκεται στο απόγειο της το 1932, με 30 εκατομμύρια ανέργους παγκοσμίως, δεν είναι προφανώς άσχετη με την εξέλιξη αυτή. Πολυπληθή στρώματα του ευρωπαϊκού πληθυσμού ενστερνίζονται με πάθος την ιδεολογία που καλλιεργείται από την

εθνικιστική και φασιστική προπαγάνδα, η οποία υπόσχεται να εξαφανίσει την υπάρχουσα μιζέρια.

Ο επαναπροσδιορισμός του ρόλου της γυναίκας κατέχει κεντρικό ρόλο στις ιδεολογίες αυτές: πρέπει να ξαναγίνει θηλυκή, με την πιο απηρχαιωμένη έννοια του όρου: να αναθρέφει τα παιδιά της, να είναι νοικοκυρά και να προσπαθεί να ξαλαφρώσει τον σύζυγό της από τις έγνοιες. Καλείται επίσης, σε ορισμένες περιπτώσεις, να παίζει έναν κοσμικό ρόλο και πρέπει, σε κάθε περίπτωση, να προσφέρει στους άνδρες ένα ευχάριστο θέαμα, χωρίς ποτέ να τους ανταγωνίζεται – μία παλινδρόμηση στον τομέα της χειραφέτησης. Μόνο η αυξημένη ζήτηση σε εργατικά χέρια μίας πολεμικής βιομηχανίας σε άνθιση και οι επιταγές που πολέμου θα παρακινήσουν τους ιθύνοντες να ζητήσουν από τις γυναίκες να εγκαταλείψουν τα σπίτια τους για να βγουν να δουλέψουν.

Σε μία εποχή που η πολιτική των ευρωπαϊκών κρατών βρίσκει καταφύγιο στον εθνικισμό, τα ρούχα βρίσκουν καταφύγιο στην εθνική ταυτότητα. Στις αρχές του 1930, δεν είναι ακόμα Μόδα παρά μόνο στο Παρίσι και η επιρροή της γαλλικής υψηλής ραπτικής ασκείται πολύ πέρα από τα σύνορα του Εξαγώνου. Αλλά τα πράγματα αρχίζουν να αλλάζουν στην Ιταλία και στη Γερμανία, όπου γίνεται προσπάθεια στήριξης της τοπικής βιομηχανίας ενδυμάτων και όπου εκδηλώνεται μία συγκεκριμένη διάθεση συμφιλίωσης με τα παραδοσιακά ρούχα. Έτσι λοιπόν στη Γερμανία η Μόδα τείνει να εκλείψει μπροστά στις τοπικές στολές που βρίσκουν ιδιαίτερη απήχηση. Απόλυτα λειτουργικά, στερούνται εξάλλου κάθε είδους μιχλιμπίδι, που θεωρείται πλέον παρωχημένο.

Όλες οι γυναίκες που επιλέγουν να ντυθούν «α λα γερμανικά» κατά την δεκαετία του 1930 δεν αρκούν πάντως για να επισκιάσουν τον σημαντικό αριθμό των γυναικών της υψηλής κοινωνίας, η οποία, μέχρι το τέλος της δεκαετίας, θα θεωρεί το Παρίσι ως την πρωτεύουσα της Μόδας από την οποία θα συνεχίσει να εμπνέεται. Κατά τα άλλα, και παρά την ανέχεια, οι γαλλικοί Οίκοι υψηλής ραπτικής θα παραμείνουν ανοιχτοί κατά την Κατοχή, μεταξύ 1940 και 1944.

Μόδα και κινηματογράφος

Από τη δεκαετία του 1920, ο κινηματογράφος αποτελεί σημαντικό μέσο της Μόδας. Η εισαγωγή του ομιλούντος κινηματογράφου στο τέλος της δεκαετίας σημαδεύει μία πραγματική επανάσταση. Οι ρεαλιστικοί διάλογοι επιτρέπουν τη διαχείριση της δράσης με περισσότερη εκλεκτικότητα. Οι ήρωες γίνονται πιο φυσικοί και μπορούν να παρασύρουν τους θεατές σε έναν κόσμο όπου η φαντασία μοιάζει να συναντά την πραγματικότητα –μεγάλη διαφορά σε σχέση με αυτό που μπορούσε να κάνει ο βουβός κινηματογράφος. Οι κωμωδίες είναι ιδιαίτερα αγαπητές, γιατί δίνουν τη δυνατότητα να ξεχάσει κανείς τη μίζερη καθημερινότητα. Χρησιμοποιείται συχνά ως φορέας ιδεολογικών μηνυμάτων. Ενώ οι γυναίκες ηθοποιοί του βωβού κινηματογράφου τη δεκαετία του 1920 φορούσαν συχνά τα ίδια ρούχα εντός και εκτός οθόνης, η δεκαετία του 1930 αρχίζει να δίνει το προβάδισμα σε εμφανίσεις που ενσωματώνονται καλύτερα στο σενάριο: οι ηθοποιοί συμμετέχουν έτσι στη συνολική σύνθεση – ντεκόρ, ένδυση και σωματική στάση – όπου όλα τα στοιχεία εναρμονίζονται άψογα μεταξύ τους.

Η ένδυση εκφράζει τον χαρακτήρα του ήρωα, χρησιμεύει ως υποστηρικτικό μέσο της συμπεριφοράς και των συναισθημάτων των ερμηνευτών, μπορεί να πλαισιώσει αντιφάσεις ή να γίνει πρόδρομος γεγονότων, με αποτέλεσμα να αποτελεί σημαντικό φορέα αισθήσεων. Οι γυναίκες ηθοποιοί της δεκαετίας του 1930 ενσαρκώνουν την εικόνα της γυναίκας που απέχει κατά πολύ από τις υπερβολικά έντονα μακιγιαρισμένες ντίβες της προηγούμενης δεκαετίας.

Ηθοποιοί όπως η Lil Dagover τοποθετούνται μεταξύ της μεγάλης κυρίας και της θαρραλέας μικροαστής. Η Lilian Harvey τείνει περισσότερο προς τη γυναίκα-παιδί, αλλά ο ανδρόγυνος τύπος του 1920 έχει πλέον εξελιχθεί. Στα τέλη της δεκαετίας του 1930 και κατά τη διάρκεια του πολέμου, η Zarah Leander γίνεται η προσωποποίηση της ίδιας της femme fatale (μοιραίας γυναίκας). Με τις κόκκινες μπούκλες και την βραχνή φωνή, τις εφαρμοστές βραδινές τουαλέτες και την πληθωρική σιλουέτα, προοιωνίζει έναν τύπο που θα αγαπηθεί ιδιαίτερα μετά τον πόλεμο.

Οι ηθοποιοί που κυριαρχούν στον διεθνή κινηματογράφο έχουν μία πολλή πιο κοσμική λάμψη από τις ευρωπαϊές συναδέλφους τους. Η **Greta Garbo**, η απόμακρη και μυστηριώδης «Θεά», η **Marlene Dietrich**, η οποία, μετά την αναχώρησή της για

τις Ηνωμένες Πολιτείες, απαρνείται τον ρόλο της βαμπ του «Γαλάζιου Αγγέλου» σε ταινίες της όπως «Η Ξανθιά Αφροδίτη» (1932) ή «Ο κήπος του Αλλάχ» που την οδηγούν στην κορυφή της τελειότητας, η **Joan Crawford**, η **Talluah Bankhead**, η **Ginger Rogers** ή η **Jean Harlow**, ενσαρκώνουν την ιδανική γυναίκα.

Ο κινηματογράφος δεν αρκείται στο να δείξει τη Μόδα, τη δημιουργεί. Η **Elsa Schiaparelli** είναι μία από τις πρώτες που αντιλαμβάνεται ότι το σχετικά νέο αυτό μέσο επικοινωνίας μπορεί να χρησιμεύσει ως πασαρέλα Μόδας για το ευρύ κοινό: τα κοστούμια του κινηματογράφου του σήμερα είναι η Μόδα του αύριο, δηλώνει.

Οι Gilber Adrian και Travis Banton υπογράφουν τα κοστούμια διασήμων ταινιών του Χόλυγουντ : τα μοντέλα του Adrian στη συνέχεια μετατρέπονται σε ενδύματα ευρείας παραγωγής, γεγονός που του δίνει τη δυνατότητα να εκμεταλλευτεί ευρέως το διαφημιστική δύναμη του κινηματογράφου.

Η σπουδαία και πανέμορφη Katharine Hepburn, με την ανδρική σιλουέτα, φωτογραφίζεται με ανδρικό κοστούμι. Στην ταινία “Sylvia Scarlett” ενσαρκώνει μία νέα γυναίκα που την περνάνε για άντρα. Με τον Spencer Tracey – τον σύζυγό της στη ζωή – δημιουργούν το ιδανικό ζευγάρι του αμερικανικού κινηματογράφου. Χωρίς να εγκαταλείψουν την κωμωδία, συμβολίζουν το μοντέρνο ζευγάρι, σε μία εποχή όπου οι γυναίκες αρχίζουν να χειραφετούνται και να έχουν επαγγελματική δραστηριότητα. Η Katharine Hepburn ντύνεται πάντα με άψογα ταγιέρ εφαρμοστά στο σώμα, τα οποία αναδεικνύουν τα προσόντα της δυναμικής και συνετής γυναίκας, ενώ τα άνετα κοστούμια του Tracey – που συχνά φοράει χωρίς γραβάτα – αποκαλύπτουν έναν άνδρα προικισμένο με μικρότερες επαγγελματικές φιλοδοξίες, παρά την αδιαμφισβήτητη επιτυχία του. Τα σπορ σακάκια αποτελούν μέρος της ανδρικής γκαρνταρόμπα της δεκαετίας του 1930. Επιδεικνύουν συχνά έντονα σχέδια και συνδυάζονται με φουλάρι. Με σπορ σακάκι ή κοστούμι και γραβάτα, ο Cary Grant είναι, μαζί με τον Fred Astaire, από τους άνδρες εκείνους που δημιούργησαν τη Μόδα της δεκαετίας του 1930. Οι βραδινές εμφανίσεις του Fred Astaire κατάλληλες για χορό και τα πόλο μπλουζάκια με φαρδιά παντελόνια που υιοθετεί κατ’ επανάληψη αποτελούν μοντέλα κομψότητας και άνεσης. Και αν πιστέψουμε τον Richard Martin, όταν ο Clark Gable βγάζει το πουκάμισό του στην ταινία «Νέα Υόρκη – Μαϊάμι» (1934), που αποκαλύπτει ότι δεν φοράει τίποτα από κάτω, οι πωλήσεις των φανέλων έπεσαν κατακόρυφα από τη μία μέρα στην άλλη.

Εξέλιξη της φόρμας

Από το 1929 παρατηρείται μία εξέλιξη της γραμμής, που θα συνεχιστεί και κατά την επόμενη δεκαετία. Η γυναικεία σιλουέτα παραμένει μακρόστενη, αλλά παίρνει νέες διαστάσεις, που θυμίζουν τα ελληνικά αγάλματα. Το κόψιμο ξαναγίνεται «φυσικό», είναι σφιχτό και έντονο, κυρίως για τα ρούχα της πόλης – με μία λεπτή δερμάτινη ζώνη, ή από το ίδιο ύφασμα του φορέματος. Οι μαλακές φούστες ακολουθούν πιστά τη γραμμή του σώματος – πάντα στενή – και ανοίγουν προς τα κάτω σε φόρμα καμπάνας. Οι γκοντέ πιέτες εξασφαλίζουν το φάρδος της φούστας, που μόλις που καλύπτει το γόνατο, ή κατεβαίνει μέχρι τον αστράγαλο, μήκος που εισήγαγε ο Jean Patou και που επιτρέπει να γίνει η φούστα ένα ιδιαίτερα κολακευτικό ρούχο. Τα τοπ είναι σχετικά κολλητά και διαγράφουν τη φόρμα του σώματος. Τα μανίκια είναι εφαρμοστά.



Εικόνα 10 : Κοινό σε ιππικούς αγώνες (1930). Η κυρία που είναι όρθια φοράει αντί για σακάκι το sweater, δηλαδή το πουλόβερ που φοριέται στα σπορ πάνω από κοντή φούστα

Σε αντίθεση με τη δεκαετία του 1920, τονίζεται ιδιαίτερα το στέρνο, χωρίς όμως να αλλοιώνεται η γενική φινέτσα της γραμμής. Για να επιτευχθεί η επιθυμητή σιλουέτα,

φοριούνται συχνά ενισχυμένα κορσέ, τα οποία ωστόσο είναι πιο ελαστικά, χάρη στην εξέλιξη των υφασμάτων και των τεχνικών κατασκευής.

Το **πριγκιπικό φόρεμα** τονίζει ιδιαίτερα την ιδανική αυτή νέα σιλουέτα. Πρόκειται για φόρεμα σε στενή μακρόταλη φόρμα που φτάνει μέχρι τον αστράγαλο και είναι στολισμένο με κόμπους ή ένα μικρό γιακά, που του δίνει μία νότα αρετής, λίγο παλιομοδίτικη. Για το βράδυ, μπορεί να έχει βαθιά ντεκολτέ και ανοίγματα.

Συνήθως κατεβαίνει μέχρι κάτω και μπορεί να μακρύνει περισσότερο με μία μικρή ουρά, που δίνει μία αίσθηση μεγαλοπρέπειας στη γυναίκα που το φοράει. Το ύφασμα είναι κατά βάση λοξά κομμένο, τεχνική του εισάγει η Madeleine Vionnet στην υψηλή ραπτική, ενώ παράλληλα την καθιερώνει και στο ευρύ κοινό. Χωρίς αυτή την τεχνική κοψίματος, θα ήταν αδύνατο να πέφτει η φούστα το ίδιο χυτά και ανάλαφρα.

Η επιλογή των υφασμάτων που χρησιμοποιούνται δεν μπορεί να είναι τυχαία: το κρεπ Κίνας, π.χ., ή το μεταξωτό ζέρσεϋ εκτιμώνται ιδιαίτερα. Οι συνθετικές ίνες κάνουν την εμφάνισή τους. Τα πρώτα υφάσματα στρετς ή το λάτεξ εμφανίστηκαν το 1934. Χωρίς βέβαια να μπορούν να συγκριθούν με τα εξελιγμένα υφάσματα της δεκαετίας του 1990, δίνουν τη δυνατότητα νέων κουπ, οι οποίες επιτρέπουν, σε ορισμένα ρούχα, ακόμα και την κατάργηση του φερμουάρ.

Παράλληλα με τα φορέματα, τη δεκαετία του 1930 καθιερώνεται και ο συνδυασμός φούστας - σεμιζιέτας, μία πρακτική πρωινή εμφάνιση, που αγαπήθηκε ιδιαίτερα από τις υπαλλήλους γραφείου. Προστίθεται κατά βούληση και ένα μπολερό, το οποίο η Elsa Schiaparelli ανάγει σε αναπόσπαστο στοιχείο των κολεξιόν της. Τα ταγιέρ μπορούν να αλλάξουν ύφος με ένα μικρό γιλέκο μπολερό. Αλλά συνήθως συνδυάζονται με σακάκι πιο μακρύ, ασύμμετρο με αυστηρά ρεβέρ και ζώνη. Συνοδεύονται από στενή φούστα μέχρι τον αστράγαλο που μπορεί να είναι πλισέ ή εβαζέ σε κλος, μέχρι το στρίφωμα.

Κατά το πρότυπο του ανδρικού κουστουμιού, το ταγιέρ φοριέται την ημέρα, κυρίως το πρωί, σε όλες τις περιστάσεις, ή σχεδόν. Το ραμμένο σε κομμάτια ύφασμα κάνει τις φούστες να πέφτουν κομψά γύρω από το σώμα. Το απόγευμα, το φόρεμα κρίνεται ωστόσο πιο κατάλληλο. Και είναι απαραίτητο το βράδυ, παρ' όλο που η Elsa Schiaparelli εισάγει για πρώτη φορά τα βραδινά ταγιέρ, εμπνευσμένα από την κουπ των ανδρικών σακακιών, αρχίζοντας έτσι να αλλάζει τη βραδινή Μόδα.

Προς το τέλος της δεκαετίας, η γραμμή των καθημερινών ρούχων γίνεται στο σύνολό της πιο αυστηρή και λειτουργική. Η κατάσταση αυτή οφείλεται εν μέρει βέβαια στις ελλείψεις λόγω του πολέμου. Αλλά μπορούμε επίσης να διακρίνουμε την επιρροή των στολών, που γίνονται όλο και περισσότερο εμφανείς, τόσο στην Ευρώπη όσο και στην Βόρεια Αμερική.

Μόνο τα βραδινά ενδύματα γίνονται ακόμα πιο πλούσια σε σχέση με τη δεκαετία του 1920, με φούστες μακριές και φαρδιές, έντονο κόψιμο και στολισμένο μπούστο. Απ' όλες τις απόψεις αυτά τα κυματιστά φορέματα πολυτελείας προοιωνίζουν το νέο look που θα εισάγει ο Christian Dior σχεδόν δέκα χρόνια αργότερα.

Μόδα, σχέδιο και τρόπος ζωής

Τα κοινωνικά και πολιτικά γεγονότα δεν αρκούν βεβαίως για να εξηγήσουν την εξέλιξη της Μόδας. Πρέπει ωστόσο να σημειωθεί ότι, στις δύσκολες αυτές εποχές οικονομικής δυσχέρειας, παρατηρείται επιστροφή στις συμμετρικές φόρμες και τα γεωμετρικά σχήματα του τέλους της δεκαετίας του 1920. Υπάρχει διάθεση για νέες γραμμές οι οποίες προσθέτουν λίγο λάμψη στην λειτουργική γραμμή των προηγούμενων ετών, αλλά και για ρούχα πιο αθώας κοκεταρίας, που είναι συνυφασμένα με τις εθνικές παραδόσεις. Η τάση αυτή συναντάται και σε άλλους δημιουργικούς τομείς. Έτσι λοιπόν στην διακόσμηση εσωτερικού χώρου, οι απαλές τοξοειδής γραμμές του Pierre Chareau Maurice ή του Dufrene αντικαθιστούν τα ευθύγραμμα έπιπλα από γυαλί και μέταλλο, τα οποία τα προηγούμενα χρόνια θεωρήθηκαν πολύ μοντέρνα. Στα αυτοκίνητα υιοθετούνται οι πιο μακρόστενες γραμμές, που συνδυάζονται άψογα με την εμφάνιση των κομψών οδηγών τους. Όλοι όσοι έχουν τη δυνατότητα, πηγαίνουν με τα αυτοκίνητά τους σε κοσμικά μέρη να επιδείξουν τα μοντέρνα ρούχα τους. Τα μεγάλα υπερωκεάνια προσφέρουν ασυναγώνιστη πολυτέλεια και εξασφαλίζουν ένα άνετο ταξίδι στον Ατλαντικό.

Τα αεροπορικά ταξίδια γίνονται το σύμβολο ενός άκρατου κοσμοπολιτισμού. Οι Duke Ellington και Bennie Goodman κάνουν δημοφιλή την δική τους εκδοχή για την τζαζ και, στα μέσα της δεκαετίας του 1930, η σουίνγκ χορεύεται από την μία άκρη του πλανήτη μέχρι την άλλη. Ο κόσμος θέλει να είναι χαριτωμένος: ξέγνοιαστος, χαλαρός και κομψός. Καμία γυναίκα δεν κυκλοφορεί με διακριτικό μακιγιάζ. Όλοι

συμφωνούν ότι η ομορφιά και η κομψότητα χρειάζονται ένα χέρι βοήθειας. Αλλά Μόδα είναι η «φυσική» ομορφιά – το στυλ της δεκαετίας του 1920 φαίνεται πλέον ξεπερασμένο και τεχνητό.

Το καλό γούστο ορίζεται διαφορετικά απ' ό τι στο παρελθόν. Εκφράζεται με την εκλεπτυσμένη ομοιογένεια και απλότητα μίας γενικής γραμμής, που ενισχύεται από τη λάμψη και την αφθονία του ντεκόρ. Για παράδειγμα, μία πραγματική κυρία δεν συνδυάζει διαφορετικούς πολύτιμους λίθους, περιορίζεται σε έναν. Οι γούνες, στην κορυφή της Μόδας, παραλλάσσονται σε διάφορα χρώματα.

Η χρυσαφένια αλεπού είναι η πιο αγαπητή στα μέσα της δεκαετίας. Όσον αφορά στα υφάσματα, τα εμπριμέ αντικαθιστούν τα αυστηρά γεωμετρικά σχέδια. Αγαπητά είναι επίσης τα μονόχρωμα, λίγο σκοτεινά υφάσματα.

Αρχίζει ο πειραματισμός με νέα υλικά, τα ελαστικά υφάσματα, ή το PVC. Το τεχνητό μετάξι και το ρεγιόν χρησιμοποιούνται ευρέως – οι οικονομικές δυσκολίες λόγω του πολέμου υποβάλλουν σε σκληρή δοκιμασία τη φαντασία των κατασκευαστών τεχνητών ινών.

Οι μεγάλοι μόδιστροι της δεκαετίας του 1930

Μεγάλος αριθμός διασήμων Οίκων Μόδας κλείνει κατά τη διάρκεια του πολέμου. Και μετά τον πόλεμο, για μία φορά ακόμα όλα αλλάζουν. Ωστόσο, ορισμένοι γνωστοί δημιουργοί ταυτίζουν τη φήμη τους με τη δεκαετία του 1930.

Μεταξύ των πιο φημισμένων, πρέπει βέβαια να αναφερθεί ο μετρ των εντυπωσιακών εφέ, ο Marcel Rochas. Σε αυτόν οφείλουμε τα πρώτα ταγιέρ με παντελόνι. Αυτό που τον χαρακτηρίζει όμως κυρίως είναι μία πληθωρικότητα και μία ελαφρότητα που δεν έχουν καμία σχέση με το γραμμικό στυλ του 1930.

Ο Ισπανός Christobal Balenciaga ανοίγει τον Οίκο του στο Παρίσι το 1937. Παρά την εκ φύσεως εσωστρέφειά του, γνωρίζει μεγάλη επιτυχία. Τον χαρακτηρίζουν συχνά ως τον αρχιτέκτονα της υψηλής ραπτικής. Δημιουργεί επιβλητικά βραδινά μεταξωτά φορέματα, που παντρεύουν, σύμφωνα με την Ingrid Loschek, «την απλότητα με τη θεατρικότητα».

Όσον αφορά στον Σερ Hartnell ντύνει, τις κυρίες του βρετανικού βασιλικού Οίκου. Τα μοντέλα του χαρακτηρίζονται προφανώς από ένα καλόγουστο κλασικισμό, που αφήνει ωστόσο μεγάλα περιθώρια για θηλυκότητα. Έχοντας συνεργαστεί ως σχεδιαστής με το Harper's Bazaar και ως συντάκτης Μόδας για το Vogue, ο Mainbocher ήταν απόλυτα προετοιμασμένος για τις δραστηριότητές του ως μεγάλου μόδιστρου. Είναι ένας από τους πρώτους Αμερικανούς που επιβάλλεται στο χώρο της Μόδας. Βομβαρδισμένος από έναν Τύπο περίεργο να γνωρίσει αυτόν τον Αμερικανό στο Παρίσι, καθιερώνει γρήγορα τη φήμη του. Είναι ο μόδιστρος με τις υψηλότερες τιμές, που χρησιμοποιεί τα πιο εκλεκτά υφάσματα. Εξερευνά όλες τις καλλιτεχνικές πτυχές της Μόδας και δημιουργεί ιδανικές εμφανίσεις για τις κομψές κυρίες – ανάμεσά τους και η συμπατριώτισσά του Wallis Simpson - . Φορώντας δικό του φόρεμα αναγορεύεται σε δούκισσα του Γουίντσορ, με τον γάμο της με τον Εδουάρδο τον Έβδομο. Ψηλή και λεπτή, αναδεικνύει θαυμάσια τα μοντέλα του. Ο Mainbocher εγκαθίσταται το 1939 στη Νέα Υόρκη, όπου συνεχίζει τη δραστηριότητά του μέχρι το 1971.

Η δεκαετία του 1930 χαρακτηρίζεται από μία τάση που παρατηρήθηκε ήδη και στη δεκαετία του 1920: πολλές σχεδιάστριες Μόδας είναι σε θέση να ανταγωνιστούν τους άνδρες συναδέλφους τους. Εξαιρετικές επιχειρηματίες και ικανές να αντιληφθούν το πνεύμα της εποχής όπως κανείς άλλος, έρχονται για να κατακλύσουν τη διεθνή αγορά.

Η μεταπολεμική περίοδος θα δώσει τέλος στην υπεροχή αυτή. Θα πρέπει να περιμένουμε τη δεκαετία του 1960 για να ξανασυναντήσουμε γυναίκες ικανές να ανταποκριθούν επάξια στον ρόλο αυτό.

Η αυτοκρατορία της Nina Ricci

Η Ιταλίδα Nina Ricci ανοίγει το 1932, με την επωνυμία της, τον Οίκο που θα παραμείνει μέχρι τις μέρες μας ένας από τους μεγαλύτερους Οίκους γαλλικής ραπτικής. Σήμερα η υπογραφή Nina Ricci δεν εγγυάται μόνο μοντέλα υψηλής ραπτικής, αλλά επίσης και prêt – à – porter, γυναικείου και ανδρικού (από το 1986). Στα παραπάνω προστίθενται και μία σειρά δερμάτινων αντικειμένων και αξεσουάρ,

καθώς και αρώματα και προϊόντα ομορφιάς. Το άρωμα «L' air du temps», που κυκλοφόρησε το 1948, καθιερώθηκε ως κλασσικό.

Γεννημένη στο Τορίνο το 1883, η Nina Ricci μαθαίνει το επάγγελμα στο γόνατο. Ζει στο Μόντε Κάρλο και στο Παρίσι και εργάζεται σε διάφορους Οίκους, μέχρι να ξεκινήσει τη δική της επιχείρηση το 1932, με τον γιο της Robert. Τα νεανικά, κομψά μοντέλα της, που αποπνέουν έντονη θηλυκότητα και έχουν αμειβάδιαστη γραμμή της εξασφαλίζουν γρήγορη επιτυχία. Σε επτά μόλις χρόνια απασχολεί ήδη 450 υπαλλήλους. Αρνητική στις προκλήσεις και την τόλμη, η Μόδα της ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις της διακριτικής κομψότητας και την σιγουριάς του στυλ.

Η Nina Ricci πεθαίνει στο Παρίσι το 1970 και ο γιος της τη διαδέχεται με επιτυχία. Με τον θάνατο του Robert, το 1998, αναλαμβάνει ο Gilles Fuchs. Ο Gerard Pipart είναι ο καλλιτεχνικός διευθυντής του τμήματος υψηλής ραπτικής από το 1964, ενώ τη γραμμή του prêt – a – porter έχει αναλάβει η Myriam Schaefer.

Madeleine Vionnet

Ταπεινής καταγωγής, η Madeleine Vionnet εκπαιδεύεται στο Παρίσι και στο Λονδίνο. Αφού εργάστηκε για τους αδερφούς Callot και τον Jacques Doucet, δύο μεγάλους Οίκους, ανοίγει το πρώτο δικό της σαλόνι το 1912. Θα το διαχειριστεί μέχρι το 1940, με μικρές διακοπές.

Η γραμμή που σχεδιάζει ήδη από το 1920 θριαμβεύει τη δεκαετία του 1930. Σημαδεύει με αποφασιστικό τρόπο τη Μόδα της δεκαετίας αυτής, η οποία καθιερώνει τόσο την τεχνική της κουπ, όσο και τα ντραπέ της.

Η Vionnet δημιουργεί πάντα τα μοντέλα της χρησιμοποιώντας μία απλή μουσελίνα πάνω σε ένα μικρό ξύλινο μοντέλο, πριν τα επιχειρήσει σε φυσικό μέγεθος πάνω σε κανονικό μανεκέν. Εμπνέεται από τις σιλουέτες των ελληνικών αγαλμάτων και τα σχέδια των αρχαίων αμφορέων, ασκώντας έτσι μία μεγάλη επιρροή στις δημιουργίες των συγχρόνων της. Κατ' ουσία φτιάχνει ντραπέ, το αρχαίο ελληνικό ένδυμα δεν ήταν ραμμένο. Οι πιέτες μπορούν να πέφτουν κάθετα με πολύ απλό τρόπο, ή ιδιαίτερα πλούσιες και σε πλήρη κίνηση.

Ορισμένα φορέματα της Madeleine Vionnet είναι επίσης ντραπαρισμένα, σύμφωνα με ένα λεπτομερώς μελετημένο σχέδιο, που τους δίνει μία πολύ ζωντανή λάμψη και επιτρέπει μία εξαιρετικά διαφορετική διάπλαση.

Τα φορέματα της Madeleine Vionnet απαιτούν ψηλή και λεπτή σιλουέτα, αλλά ωστόσο φυσική που δεν χρειάζεται κορσέ. Η εγκατάλειψη του αποδίδεται κυρίως στον Paul Poiret. Στην πραγματικότητα όμως η Madeleine Vionnet είναι η πρώτη δημιουργός που τον απαρνείται στις αρχές της δεκαετίας του 1920. Τα χυτά φορέματά της, που θυμίζουν ακάλυπτο σώμα, προκαλούν σκάνδαλο. Εκείνη επιμένει πάντα στην επικοινωνία του σώματος με το ρούχο. «Εάν μία γυναίκα χαμογελάει, θα έλεγε, πρέπει το φόρεμά της να χαμογελάει μαζί της». Η Vionnet αναζητά την διαχρονική ομορφιά. Επιτυγχάνοντάς το, τοποθετείται εκτός μόδας.

Στα μέσα της δεκαετίας του 1930, ακολουθώντας το πνεύμα της εποχής, αλλάζει τη γραμμή της για να στραφεί προς τον ρομαντισμό. Δημιουργεί φορέματα με φαρδιές φούστες ενισχυμένα με τούλι και γάζα. Πρόκειται για φορέματα με στυλ, που μπορούν να συγκριθούν με αυτά που δημιούργησε η Jeanne Lanvin τη δεκαετία του 1920. Εμπνέονται αμυδρά από τα μέσα του 19^{ου} αιώνα, μοντέλα με φαρδιές μακριές φούστες που συγκρατούνται από κρινολίνα, ενώ παράλληλα είναι άψογα προσαρμοσμένα στον μοντέρνο τρόπο ζωής, χάρη στο κόψιμό τους, το οποίο δεν εμποδίζει καθόλου τις κινήσεις.

Madame Gres

Η Alix Barton – ή «Madame Gres», καθώς αυτό είναι το όνομα και η φίρμα που υιοθετεί μετά τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο – συμμαρτίζεται την αγάπη της Vionnet για τη γλυπτική. Έχοντας απαρνηθεί να ασχοληθεί με αυτήν επαγγελματικά λόγω της αντίθεσης της αστικής οικογένειάς της, στρέφεται στην ραπτική.

Η Alix Barton ανοίγει τον Οίκο ραπτικής της στο Παρίσι το 1931. Μετά τον πόλεμο το σαλόνι της μετονομάζεται σε Gres (από το καλλιτεχνικό όνομα του ζωγράφου συζύγου της. Όπως και η Madeleine Vionnet, εμπνέεται από τα ελληνικά κουστούμια και όπως η Coco Chanel, δημιουργεί ρούχα κατευθείαν πάνω στο σώμα του μανεκέν.

Τα φορέματά της διακρίνονται από μία διαχρονική κομψότητα. Σκούρες αποχρώσεις, πάνω σε χυτά υφάσματα όπως το μεταξωτό ζέρσεϋ, το μεταξωτό κρεπ ή η μουσελίνα, κομμένα λοξά ή πλισέ, συχνά περίτεχνα ντραπαρισμένα. Η Madame Gres αντιλαμβάνεται την δουλειά της ως τέχνη, στόχος της οποίας θα πρέπει να είναι περισσότερο το να αναδεικνύει την ομορφιά του σώματος, παρά να κάνει τη ζωή των γυναικών πιο άνετη. Το στυλ της δεν θα εξελιχθεί καθόλου με την πάροδο του χρόνου.

Η Madame Gres πέθανε σε οίκο ευγηρίας το 1993, σε ηλικία ενενήντα ετών. Χρειάστηκε να πουλήσει το σπίτι της και την επωνυμία της τη δεκαετία του 1980.

Coco Chanel

Η σπουδαία σχεδιάστρια, η επαναστατική δημιουργός που απέσπασε την προσοχή τη δεκαετία του 1920, παραμένει πιστή στην πρόθεσή της να προσαρμόζει το ρούχο στον τρόπο ζωής της σύγχρονης γυναίκας.



Εικόνα 11 :
Βραδινό φόρεμα της Chanel (1934)

Ωστόσο, τη δεκαετία του 1930, το στυλ της αλλάζει σημαντικά. Αρχίζει να εγκαταλείπει την γεμάτη γωνίες και πρακτική γραμμή και στρέφεται, χωρίς να αλλοιώσει τις αρχές της σχετικά με τις επιταγές του μοντέρνου τρόπου ζωής, προς ένα πιο ρομαντικό και χυτό στυλ για το βράδυ.

Ενώ στη δεκαετία του 1920 ο πιο ισχυρός ανταγωνιστής της ήταν ο Jean Patou, η Chanel θα γνωρίσει στην δεκαετία του 1930 μία ακόμα αντίπαλο, ακόμα πιο επικίνδυνη, την αισθησιακή Elsa Schiaparelli.

Μόδα και σουρεαλισμός : Elsa Schiaparelli

Η Elsa Schiaparelli είναι μία από τις πιο λαμπερές προσωπικότητες στην ιστορία της υψηλής ραπτικής. Αντιλαμβάνεται τη Μόδα ως τέχνη, άρρηκτα συνδεδεμένη με την εξέλιξη των καλών τεχνών, και κυρίως της ζωγραφικής. Συνεργάζεται έτσι με καλλιτέχνες όπως ο Salvador Dali. Ο σουρεαλισμός αποτελεί μία από τις κύριες πηγές έμπνευσής της. Τον αποδίδει σε ύφασμα και μαλλί, δημιουργώντας έτσι μοντέλα με ιδιαίτερη πρωτοτυπία. Αντίθετα με την Madame Gres ή την Madeleine Vionnet, δεν επιδιώκει να «στυλιζάρει» το σώμα για να του αποδώσει μία αρχαία ομορφιά. Τυπώνοντας ένα φόρεμα με κουρέλια, ή ένα άλλο με έναν τεράστιο αστακό, δημιουργώντας ένα καπέλο σε σχήμα ανάποδου παπουτσιού, ή ένα φόρεμα με συρτάρια κατά το πνεύμα του Dali, επενδύει περισσότερο στην επίδραση της έκπληξης, στην οποία παραπέμπει εξίσου η τέχνη avant-garde.

Οι ιδέες των Chanel και Schiaparelli δεν θα μπορούσαν να διαφέρουν περισσότερο. Η Chanel εργάζεται για τις σύγχρονες, δραστήριες γυναίκες. Δημιουργεί ρούχα ταυτόχρονα απλά, λειτουργικά, όμορφα και σύγχρονα, που πρέπει να αποπνέουν την πρόοδο της γυναικείας χειραφέτησης. Η Schiaparelli δίνει έμφαση στο χρώμα, στο ντεκόρ και στην παιχνιδιάρικη φαντασία, δηλαδή σε χαρακτηριστικά που σχετίζονται παραδοσιακά με την γυναικεία Μόδα, τα οποία όμως αναπτύσσει σύμφωνα με το πνεύμα της εποχής της.

Η Elsa Schiaparelli γεννήθηκε το 1890 στη Ρώμη και προέρχεται από οικογένεια της υψηλής αστικής τάξης. Ένας κατώτερος κοινωνικά γάμος την ωθεί να ασχοληθεί με την υψηλή ραπτική. Μετά τον χωρισμό από τον σύζυγό της, επιστρέφει στην Νέα Υόρκη χωρίς πόρους και με ένα παιδί υπό την κηδεμονία της. Η κατάσταση αυτή την αναγκάζει να καλύψει μόνη της τις ανάγκες της, χρησιμοποιώντας το όνομά της, τις γνωριμίες και την σιγουριά του γούστου της. Ενθαρρυσμένη και επηρεασμένη από τον Paul Poiret και την έλξη του για τα χρώματα της ανατολής, στρέφεται και η ίδια προς τους σουρεαλιστές αφού εγκατασταθεί στο Παρίσι, το 1929. Αρχίζει να ασχολείται με την δημιουργία φορεμάτων που δημιουργούν αίσθηση. Την πρώτη μεγάλη επιτυχία της την οφείλει σε ένα μοντέλο : ένα λευκός πλεκτός κόμπος σε ένα μαύρο πουλόβερ δημιουργεί την αίσθηση του ανάγλυφου.

Κατά το πρότυπο της Chanel και του Patou, η Schiaparelli ασχολείται με το sportswear – κάτι που συμβαδίζει απόλυτα με τις τάσεις στα τέλη της δεκαετίας του 1920 – πριν ξεκινήσει την υψηλή ραπτική. Το πρώτο της βραδινό φόρεμα χρονολογείται το 1930: συνδυάζεται με ένα κοντό σακάκι τύπου σμόκιν – κάτι που δεν έχει ξαναγίνει μέχρι τότε -. Το πρώτο βραδινό παντελόνι ακολουθεί πολύ γρήγορα. Το 1931 είναι πλέον σε θέση να επεκτείνει σημαντικά τον Οίκο της, τον οποίο άνοιξε το 1925. Παρά την οικονομική κρίση, η επιτυχία της δεν πλήττεται, αλλά η κήρυξη του πολέμου αναγκάζει την σπουδαία αυτή δημιουργό να μεταναστεύσει στις Ηνωμένες Πολιτείες.

Οι Salvador Dali και Jean Cocteau δημιουργούν υφάσματα και μοντέλα για την Schiaparelli. Τα νέα υλικά – βισκόζ, ρεγιόν, διαφανές σελοφάν όπως το γυαλί και άλλες συνθετικές ίνες – ενισχύουν την αίσθηση του εξωπραγματικού των δημιουργημάτων της, τα οποία πάντα εκπλήσσουν. Εφαρμόζει αυτό που οι φουτουριστές διακήρυτταν μία γενιά νωρίτερα: φτιάξτε ρούχα απ' όλα τα πιθανά υλικά, αλλάζοντας έτσι τον τρόπο με τον οποίο τα βλέπουμε.

Με το βραδινό της φόρεμα τυπωμένο με κουρέλια, η Schiaparelli προοιωνίζει τη Μόδα πανκ της δεκαετίας του 1980. Οι μάσκες και τα διάσημα καπέλα – αντικείμενα προκαλούν έντονα τη δεκαετία του 1930.

Η θεατρικότητα και το πνεύμα των μοντέλων της θα υιοθετηθούν πολλές δεκαετίες αργότερα από την Karl Lagerfeld, ο οποίος θα συνδυάσει με μαεστρία τα τελείως διαφορετικά στυλ των αιώνων αντιπάλων που έγιναν οι Chanel και η Schiaparelli.

Για να τονίσει το θεατρικό ύφος των μοντέλων της, η Schiaparelli χρησιμοποιεί επίσης δυνατά χρώματα, που συνδυάζει με ασυνήθιστο για την εποχή τρόπο. Καθιερώνει λοιπόν το έντονο ροζ, το περίφημο Προκλητικό Ροζ (Shocking Pink). Το όνομα αυτό θα το δώσει και στο πρώτο της άρωμα, το μπουκάλι του οποίου σχεδίασε ο Leonor Fini, καλλιτέχνης του σουρεαλισμού. Αναπαριστά το γυναικείο μπούστο ενός μανεκέν, σύμφωνα με τις διαστάσεις της διάσημης ηθοποιού του Χόλυγουντ, Mae West. Ο Jean Paul Gautier θα δανειστεί την ιδέα αυτή αρκετές δεκαετίες αργότερα, παρουσιάζοντας ένα γυναικείο άρωμα σε μπουκάλι σε σχήμα γυναικείου μπούστου, το οποίο συνοδεύεται από ανδρικό άρωμα σε αντίστοιχο μπουκάλι σε σχήμα ανδρικού στέρνου.

Όλες οι συλλογές της Schiaparelli έχουν το στίγμα του εντυπωσιακού. Μία από τις πιο γνωστές είναι η συλλογή «Τσίρκο», για την οποία παρήγγειλε στον φημισμένο Οίκο Lesage μοτίφ αλόγων τσίρκου, ελεφάντων ή ακροβατών για να στολίσει τα μπολερό – ένα ενδυματολογικό είδος χαρακτηριστικό των δημιουργιών της, το οποίο πολλοί θα φροντίσουν να υιοθετήσουν.

Αξίζει να σημειωθούν επίσης οι συλλογές «Αστρολογία», «Μουσική», ή «Κομέντια Ντε λ' Άρτε».

Με την επιστροφή της στο Παρίσι μετά τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο, η Schiaparelli βρίσκει τον Οίκο της ανέπαφο και συνεχίζει τις δραστηριότητές της μέχρι το 1954. Όμως η χρυσή της εποχή έχει περάσει. Όπως ο Paul Poiret μία γενιά νωρίτερα, δεν συμβαδίζει πλέον με το πνεύμα της εποχής και οι δημιουργίες της μοιάζουν λίγο ξεπερασμένες. Θα εξαφανιστεί το 1973.

Διεθνής σκηνή

Στις Ηνωμένες Πολιτείες, οι δημιουργοί θα χρειαστούν πολύ χρόνο για να ξεπεράσουν την τυραννία του γαλλικού προτύπου. Μεταξύ των μωδίστρων που μεσουρανούν στην άλλη πλευρά του Ατλαντικού πρέπει να αναφερθούν οι Valentia, Elizabeth Hawes και Muriel King. Έχουμε ήδη αναφέρει τους μωδίστρους του Χόλυγουντ Adrian και Banton. Οι δημιουργίες τους δημιουργούν έντονη αίσθηση πολύ πέρα από τα αμερικανικά σύνορα. Αλλά η αμερικανική Μόδα θα πρέπει να περιμένει μέχρι τη δεκαετία του 1970 για να καθιερωθεί πραγματικά στην ευρωπαϊκή αγορά.

Η Αγγλία έχει πίσω της μία μεγάλη παράδοση σε μωδίστρους για άντρες από τη μία και δημιουργών για το Στέμμα από την άλλη. Το αυστηρό ενδυματολογικό πρότυπο της Αυλής έρχεται βέβαια σε αντίθεση με την πρωτοτυπία των τελευταίων. Ο Norman Hartnell αποτελεί εξαίρεση: τα μοντέλα που σχεδιάζει για τα μέλη της βασιλικής οικογένειας μπορούν άνετα να ανταγωνιστούν αυτά των μεγάλων γάλλων μωδίστρων. Οι Digby Morton και Hardy Amies συνδυάζουν τη βρετανική παράδοση της ζωής στην εξοχή, με τα ρομαντικά ρούχα της υψηλής κοινωνίας, γεγονός που εξασφαλίζει διεθνή φήμη.

Όμως η γαλλική υψηλή ραπτική αρχίζει να εμφανίζει τάσεις διεθνοποίησης : ο «Καπετάνιος» Molyneux, Ιρλανδός, ζει και εργάζεται στο Παρίσι, όπως και ο αμερικανός Mainbocher.

«Πολεμικοί αυτοσχεδιασμοί»

Στα τέλη της δεκαετίας του 1930, απλοποιείται σημαντικά το στολισμένο στυλ που επικρατούσε μέχρι τότε και αρχίζει να γίνεται πιο συμμετρικό. Το στυλ αυτό θα στιγματίσει την περίοδο του πολέμου – για καθαρά πρακτικούς λόγους. Οι φούστες κονταίνουν και φτάνουν μόλις μέχρι το γόνατο. Επίσης είναι πιο στενές, μερικές φορές με πιέτες, αλλά συνήθως εφαρμοστές και αυστηρές. Το γεγονός αυτό τονίζεται ακόμα περισσότερο με σακάκια ταγιέρ και παλτό με ενισχυμένους ώμους και συχνά, σύμφωνα με το πολεμικό στυλ της εποχής, με επωμίδες. Φοριούνται συνήθως με ζώνη. Είναι η χρυσή εποχή των ζεστών και σταθερών υφασμάτων, όπως του τουίντ. Τα φορέματα γίνονται επίσης πιο κοντά, πιο μονοκόμματα και πιο συμμαζεμένα.



Εικόνα 12 : (1942) Χαρακτηριστικό ντύσιμο γυναικών κατά την περίοδο του πολέμου (κυρίως στις Η.Π.Α.)

Η φαντασία βρίσκει καταφύγιο στα καπέλα. Πράγματι, η αυξανόμενη ανέχεια αναγκάζει τις γυναίκες που θέλουν να γίνουν όμορφες να επιστρατεύσουν τη

φαντασία τους. Χρησιμοποιούν λοιπόν οτιδήποτε υλικό που μπορεί να χρησιμοποιηθεί όσο ασυνήθιστο κι' αν είναι, για να κατασκευάσουν πρωτότυπα αριστουργήματα ή άλλα είδη ένδυσης.

Στο «Η δύναμη της ηλικίας» η Simone de Beauvoir θυμάται την εποχή αυτή των περιορισμών: «Το να κρατήσει κανείς κάποια ευπρέπεια, εξηγεί, απαιτούσε σημαντική προσπάθεια. Για να επιδιορθώσεις τα παπούτσια χρειαζόταν χρήματα. Εγώ ήμουν ευχαριστημένη με ένα ζευγάρι γαλότσες, με ξύλινες σόλες, που είχαν αρχίσει να κατασκευάζονται εκείνη την εποχή. [...] Λόγω έλλειψης ηλεκτρισμού, οι κομμώτριες δούλευαν με ανορθόδοξους τρόπους, ένα μιζανπλί ήταν ολόκληρη φασαρία, γι' αυτό και τα τουρμπάνια έγιναν της μόδας: χρησίμευαν ταυτόχρονα ως καπέλα και ως κόμμωση».

Η υψηλή ραπτική μένει στάσιμη. Πολλοί Οίκοι έκλεισαν με την κήρυξη του πολέμου. Ορισμένοι μόδιστροι έφυγαν για το εξωτερικό. Κάποιοι μένουν να δουλέψουν στην Ευρώπη, αλλά η πελατεία τους περιορίζεται στην πολιτική ελίτ. Αντί να επεξεργάζονται νέες ιδέες, περιορίζονται στην παρακμή όσων δημιουργήθηκαν μέχρι τότε.

Ο Πρόεδρος του Συνδικάτου Ραπτικής, ο Lucien Lelong, πετυχαίνει να εξασφαλίσει την διατήρηση της προμήθειας υφασμάτων. Αλλά κυρίως καταφέρνει να εμποδίσει την προβλεπόμενη από τους γερμανούς ιθύνοντες μεταφορά του συνόλου της υψηλής ραπτικής στο Βερολίνο και τη Βιέννη. Εντωμεταξύ, οι Οίκοι Μόδας του Βερολίνου συσπειρώνονται και δεν ασχολούνται παρά μόνο με τις εξαγωγές. Η Βιέννη αναλαμβάνει επίσης έναν σημαντικό ρόλο στο χώρο της Μόδας. Όμως η μέση γυναίκα αναζητά τρόπους που θα ανανεώσουν την γκαρνταρόμπα της. Πώς μπορεί κανείς, με ελάχιστα χρήματα, να κάνει σικ ένα παλιό φόρεμα ή να το επιδιορθώσει ; Πώς να μετατραπεί ένα ανδρικό σακάκι σε γυναικείο παλτό ; Η δεξιότητα αυτή θα καλλιεργηθεί συστηματικά και μετά τον πόλεμο από τις γυναίκες που ενώ δεν έχουν οικονομική άνεση, ενδιαφέρονται για την εμφάνισή τους.