

Barbara Vinken, traduit par Florence Rougerie

Crépuscule de la mode ?

Depuis le début de l'époque moderne au tournant de la Révolution française, l'on n'a eu de cesse de prédire le déclin de la mode. De Friedrich Nietzsche à Thorstein Veblen, en passant par Adolf Loos jusqu'à Simone de Beauvoir et Pierre Bourdieu, tous ont annoncé son crépuscule, s'ils ne l'appelèrent pas de leurs vœux, car enfin, la mode n'a purement et simplement pas sa place dans une République où règne l'égalité entre citoyens et citoyennes libres. Elle est un anachronisme que l'on se doit de laisser derrière soi une fois engagé sur le chemin de l'émancipation, de l'autodétermination, de la démocratie. Mais qu'est-ce qui était voué à disparaître avec la mode elle-même, quelle vérité devait enfin advenir grâce à sa disparition ?

Ses critiques comme ses admirateurs s'accordent pour l'essentiel à dire que la mode, en le reformulant avec mes mots, représente un corps étranger oriental dans la modernité occidentale. Elle est le symptôme de tout ce qui dysfonctionne en Occident : la mode, qui ne connaît qu'esclaves et tyrans mais aucun sujet libre, s'impose en tant qu'antithèse du moderne comme une idole puissante. Elle incarne l'efféminement maniéré, la barbarie décadente en retour de veine, l'arbitraire de la tyrannie. La mode fait des femmes ses esclaves et asservit les hommes au travers des femmes qu'elle fait apparaître sous leurs yeux, ensorcelantes et parées d'atours. Dans *Le peintre de la vie moderne* (1863), Baudelaire souscrit pleinement à ce culte de l'Eros et retient ce moment d'idolâtrie portée à son paroxysme dans la formule : « idole, elle doit se dorner pour être adorée ». ¹ Tout à la fois icône, prêtresse, statue, la femme se voit élevée au rang d'idole fabriquée avec art ; la puissance démiurgique de l'homme la tire de l'ordre de ce qui est simplement humain et naturel, afin qu'elle reçoive l'adoration des mortels, aveuglés par tant de splendeur. Chaque nouvelle vague de réforme tenta depuis de s'emparer de culte idolâtre ici célébré par Baudelaire pour le maîtriser fermement.

À l'époque moderne, la mode devient synonyme de féminité, ou plus exactement d'efféminement. La mode n'est pas symbole d'auto-détermination, mais de réification : Thorstein Veblen décrit les femmes comme des *mobilia*, qui manifestent la crédibilité (au sens de solvabilité) du foyer aux yeux de tous. ² La mode n'est pas liberté, mais soumission.

Ce servage n'est nulle part ailleurs rendu aussi manifeste que par cette « seconde peau » du vêtement : celle de la livrée des serviteurs, de la soutane des prêtres, du corset des femmes. De même que l'on imprime littéralement la marque de propriété ou le sceau de la domination jusque dans la chair des esclaves, les corps des femmes, des laquais, des prêtres sont en tant que serfs, privés de leur liberté de mouvement et mis sous le joug de la contrainte.

Au cœur de l'époque moderne, on se comporte comme des sauvages primitifs. Le capitaine d'industrie qui parade au bras de sa femme outrageusement habillée sur la 5^e avenue, ne se comporte guère différemment du chef des Indiens Kwakiutl, qui cacarole en exhibant fièrement les trophées rapportés du champ de bataille. De même que Marx tente de saisir les aspects mystiques, complètement irrationnels du mercantilisme avec le concept de « fétichisme de la marchandise », Veblen décrit par celui de *conspicuous consumption* le cœur du capitalisme moderne comme une pratique « sauvage, barbare, non civilisée », dictée par la réification et le fétichisme.³ La barbarie asservissante de la mode, qui réduit l'autre de manière tyrannique à ne porter dans sa chair marquée au fer rouge que les seuls signes de son servage, se cristallise chez Veblen dans l'imagerie orientale dans sa plus pure tradition : les pieds bandés des Chinoises de la bonne société.

Fétiches par excellence, les femmes sont exhibées tels des godemichés géants. Le concept de fétichisme, à l'aide duquel les peuples dits civilisés se définissent comme rationnels, éclairés et orthodoxes en se démarquant des « sauvages » dans leurs colonies, de leurs superstitions bizarres et de leurs rites magiques, n'est d'ailleurs jamais bien loin, lorsqu'il est question de proposer une analyse de la mode. Celle-ci est perçue comme une arabesque exotique, comme une fioriture efféminée, d'essence orientale et d'obédience tyrannique, si ce n'est comme une ornementation barbare, au cœur d'un occident rationnel, éclairé, autonome et sûr de soi, bref humain/masculin. La mode est analysée comme une idolâtrie, une adoration et une superstition. Elle est idolâtrie d'un féminin réifié, auquel hommes et femmes succombent : « Dior, j'adore ». Elle est idolâtrie de la griffe, du nom du créateur, dont le capital symbolique factice se pare des ornements d'un culte du génie éculé : aveuglement, illusion totale, bref, de la poudre aux yeux.⁴

Dans le discours qui s'élève contre cette arabesque, contre cette colonisation orientale, contre tout ce qui relève de la mode en soi, se niche le costume, l'uniforme du citoyen égal à ses frères. Friedrich Nietzsche a sans doute été le chantre le plus fervent du costume.⁵ La mode parvient à être moderne lorsqu'elle lorsqu'elle devient chez l'homme un paradoxal acte de langage (*Sprechakt*) que je restituerais ainsi : « J'ai mieux à faire, de plus grandes choses à réaliser que de me mettre en avant justement par le signe extérieur le plus extérieur qui soit, à savoir mes vêtements. Ce qui importe c'est mon esprit, et non ma chair, le sens et non la sensualité, les valeurs que je porte en moi et non la coquille vide de ma simple apparence extérieure. » On peut aussi dire que la mode atteint son but, lorsqu'elle liquide tout ce qui tient à la mode. But atteint avec le costume, incarnation réussie d'une esthétique moderne. De ce point de vue, le costume est perçu comme l'invention d'une forme autonome, classique et intemporelle, qui n'est soumise à aucun caprice, à aucun extrême : « *form follows function*. » Il n'a rien d'hybride, de maniériste et rend de ce fait tout changement, toute transformation inutile. Dans le costume, la mode se dépasse elle-même ; le costume met en scène avec brio le corps démocratique de la République en postulant l'égalité de tous.

La mode féminine en revanche n'a pas su produire l'équivalent de cette forme autonome, souveraine, actuelle. Par opposition à la spiritualisation qui gagne de part en part la mode masculine, créatrice et productrice de formes, aux vertus unificatrices,

Nietzsche souligne avec beaucoup de clairvoyance le côté historiciste de la mode féminine, son exotisme et son anachronisme, son éclectisme universel. La mode féminine lui apparaît comme un travestissement, une foire aux vanités. Elle n'est qu'un mélange oriental de seconde main, qui n'a en ligne de mire que l'excitation des sens, ou comme l'écrit Nietzsche, « la mise en scène de la belle chair ». ⁶ C'est pourquoi elle emprunte aux cultures qui ne sont pas encore réformées sur un plan spirituel et n'ont encore jamais été modernes. La mode féminine cite les cultures de cour, les altérités orientales de l'Europe contemporaine – dont l'Espagne fournit un condensé – ainsi que l'Antiquité orientale : celle des Turcs et des Grecs. Mode d'emprunt, accommodée, ce pot-pourri maniériste est l'antithèse de toute modernité.

La critique de la mode, dans la plus pure tradition humaniste, a pour objectif la sortie de l'être humain, et en particulier des femmes, de leur mise en minorité volontaire. Simone de Beauvoir a formulé sans fard cette subordination de la femme dans la mode, cette auto-aliénation perverse, à laquelle elle prend le plus grand plaisir qui soit : « Si elle a accepté sa mission comme objet sexuel, alors elle se pare volontiers ». ⁷ Cette réification et cette aliénation en objet sexuel et/ou symbole de réussite sociale devraient céder le pas à un sujet affirmé, autonome et maître de soi, également chez les femmes.

Vers 1900, Adolf Loos juge la mode féminine grotesque jusqu'à l'obscénité, rétive à toute réforme de manière anachronique, bloquée à un stade arriéré, sans espoir d'amélioration : il la désigne même comme un « chapitre affreux de l'histoire culturelle ». ⁸ Elle va à l'encontre de tous les principes esthétiques de la modernité tels que Loos les définit en précurseur de la Nouvelle Objectivité. Pur ornement, elle n'est rien moins qu'un crime esthétique. Elle en appellerait toute honte bue et sans le moindre scrupule à l'animal en l'homme, impitoyablement fixée qu'elle serait sur le phallus. Et cette maladie culturelle ne relève malheureusement plus seulement du domaine de la santé, mais plutôt de celui de la perversité. Sans quoi tous les hommes iraient nus. La faute de toute cette misère morale et esthétique en reviendrait, si l'on suit le raisonnement de Loos, à la hiérarchie des sexes de la modernité ; privée du droit de travailler librement, la femme serait condamnée à n'être qu'une créature dévolue à la volupté de l'homme. Sa seule arme dans la lutte des sexes est l'« amour », dont la motivation réelle serait le désir.

Sans l'homme, qui la définit entièrement, la femme n'est rien. Tant que les femmes, ne pouvant faire concurrence aux hommes, doivent se faire concurrence entre elles pour leur plaisir, toutes les tentatives de réformer les vêtements féminins en vertu des principes artistiques modernes sont condamnées à l'échec. Si le moteur de l'habillement masculin est la distinction, qui de manière paradoxale se distingue précisément par le fait que l'on devient complètement identique à l'autre, le vêtement féminin est quant à lui déterminé par les préférences sexuelles changeantes des hommes. Après le masochisme la pédophilie : à la dominatrice succède la femme enfant.

De même que Veblen, Loos voit le destin de la femme comme celui de n'être pas un sujet autonome, mais d'être asservie au désir de l'autre. Relique de l'ordre féodal, elle est à l'instar de tous les serviteurs – qu'ils soient prêtres au service de Dieu, rois

premiers serviteurs de l'État, ou soldats soumis au devoir d'obéissance – drapée d'or, de velours et de soie, parée de rubans, ornée de plumes et de couleurs et ainsi stigmatisée. La femme ne pourra s'engager sur le chemin de la modernité que les hommes ont déjà parcouru depuis longtemps en tant que sujets libres qu'à la seule condition qu'elle renonce au vêtement comme ornement. Alors seulement elle aura une chance d'être plus qu'un simple bijou qui séduit de manière passive l'homme qui l'épingle au revers de son veston. Ce n'est que lorsque les femmes n'auront plus à se proposer comme objets sexuels sur le marché du mariage, mais qu'elles pourront entrer sur le marché du travail en tant que sujets productifs et autonomes que la mode féminine aura enfin une chance de devenir moderne. Il reste un long chemin à parcourir jusque-là, même si la cycliste encore en robe, mais tout de même libre du mouvement de ses pieds ouvre la voie que Loos appelle de ses vœux avec une intensité lyrique certaine, en empruntant la graphie en minuscules préférée par les réformateurs.

Le crépuscule de la mode annoncé n'est pas advenu. Jamais l'intérêt témoigné pour les designers, leur évolution esthétique n'ont été aussi grands qu'aujourd'hui. Non seulement les musées, mais l'université elle aussi se sont ouverts à la mode. Elle joue désormais un rôle indéniable, tant en sociologie qu'en esthétique. La connaissance de la mode est vaste, l'intérêt qu'on lui porte est énorme et en raison d'une mondialisation dévorante, on peut même parler d'une démocratisation et d'une massification de la mode dans les pays riches. Quand bien même elle se cannibaliserait elle-même, elle ne s'en éteindrait pas pour autant, mais se dissoudrait en raison de son succès démesuré.

Cela signifie-t-il que nos sociétés sacrifient au culte oriental des idoles, que nous sommes restés enlisés jusqu'au cou dans l'aliénation, la réification, le fétichisme, bref dans la tyrannie ? Que nous n'avons non seulement jamais été modernes, mais que nous ne le sommes jamais devenus ? Je pense plutôt que l'histoire de la mode nous donne une leçon en matière de récit de la modernité.

La mode est restée un pilier de la modernité, qui se développe de manière téléologique, tout aussi obstinée que progressiste, en direction de l'autonomie et de la libération de soi. Ce désir d'identité qui caractérise la modernité – l'aspiration à être enfin complètement soi, en adéquation avec son sexe – la mode le dénonce comme une illusion. Depuis la modernité, la mode, glose en habits sur le vêtement ne fait rien d'autre que de montrer que le sujet autonome, conscient, authentique n'est pas le moins du monde autonome, mais qu'il est le résultat d'opérations complexes, qu'il ne peut pas conduire lui-même, mais qu'il subit en tant que sujet, dans le sens propre du mot. Le fait que d'autres identités soient impliquées, que sa propre identité soit définie comme celle d'un autre, est devenu constitutif de la mode depuis l'époque moderne. Benjamin cite à ce propos le diagnostic raffiné d'Egon Friedell qui écrit en 1931 : « Le genre et la mode, c'est la "grande dame" qui joue à la cocotte ».⁹

Cela ne signifie précisément pas que la mode est un masque qui cache l'authenticité unique d'un individu aux yeux du monde, mais qu'elle dévoile bien plus l'unicité de l'authentique comme un masque universel. Peu de systèmes se prêtent aussi bien que la mode à mettre en lumière ce moment performatif de l'identité, tout comme

son déplacement. La mode tire en effet son charme non seulement de la construction de l'identité, mais aussi de son obsolescence et son déplacement. Le fait que des horizons d'attente établis ne soient convoqués que pour être dépassés crée aussi l'attrait de la nouveauté. S'y ajoute le charme plus subversif de la dés-authentification, de la décomposition de l'identité, le charme ludique de mettre en scène le masque que l'on porte *volens volens* et d'en faire la monstration en tant que tel.

Ce faisant, les créateurs de mode, tout comme les porteurs de mode méconnaissent sans doute fondamentalement ce qu'ils font, et peut-être même doivent-ils le méconnaître pour pouvoir le faire. Jetons un bref coup d'œil sur l'histoire de la mode. Coco Chanel, connue pour être pionnière en matière de libération de la femme naturelle des artifices de la féminité pour la vêtir confortablement, l'habilla au nom d'un autre sexe et d'un autre âge en *garçonne*, en jeune homme donc. Elle vêtit la *high society* de la marinière et des pantalons larges en lin des pauvres gens qui travaillent en mer, des vêtements d'une autre classe. Mais avant tout, elle équipa les femmes des attributs d'hommes aisés : le fameux costume Chanel d'une laine bouclette souvent très colorée, aux boutons dorés et aux bords gansés emprunte bien sûr largement aux uniformes militaires – dernière relique d'un temps à présent révolu, où les hommes, aujourd'hui pris dans une ère dominée par le gris, avaient encore le droit d'afficher la couleur et de parader en grande pompe et en toute virilité.

De même, la mode ne fétichise pas selon moi la femme elle-même ; elle révèle bien plus dans une sorte d'hyper fétichisation le fétiche de la féminité. Car même la femme-femme de Dior en New Look à la taille de guêpe, qui ne peut être atteinte qu'au moyen d'un corset intégré au vêtement, aux hanches arrondies et à la gorge un peu trop généreuse ne se présentait pas le moins du monde comme une femme-fleur naturelle, mais reprenait de manière hyperbolique la féminité de la Belle Époque et la rendait visible aux yeux de tous dans une mise en scène artistiquement artificielle.

La Maison Martin Margiela permettait aux femmes de faire l'expérience d'une féminité idéalisée, produit de l'art de la coupe, qu'elles promèneraient sur leur propre corps, tel un corps étranger. Margiela mettait en scène de manière abstraite et minimaliste l'envers de la norme subjective moderne, à savoir la réification d'une féminité altérée en marchandise. Il délivrait un commentaire non dénué d'humour sur cette aliénation de l'homme moderne, sa réification, en fabriquant un trench à partir d'éléments de mobilier, comme des accoudoirs par exemple. Cela ne revient pas pour autant à une réification par la mode, mais à une mise en scène pleine d'esprit de la réification dans et par la mode.

En un mot, la mode ne réifie ni n'aliène (du moins pas seulement) ; elle montre ces processus, elle les met en lumière, elle les met en scène – dans un procédé éminemment esthétique. Mais ce qu'elle dénonce avant tout comme illusion, ce n'est pas seulement le fétichisme et la réification, mais le dogme de la modernité d'un sujet authentique, autonome, tout à fait brut, identique à lui-même et à son sexe, comme la fable du costume voudrait nous le faire croire. C'est à l'endroit du corps féminin qu'est dévoilé à l'époque moderne ce fétichisme de l'authenticité. Depuis quelques années, la mode est en train d'essayer d'appliquer ce processus de déconstruction de l'identité

authentique au corps masculin, et elle le fait avec non moins d'humour. Voilà une perspective réjouissante. De crépuscule de la mode en tout cas, nul signe annonciateur.

- 1 Charles Baudelaire, *Le peintre de la vie moderne*, Paris : Éditions du Sandre, 1863, p. 43.
- 2 Thorstein Veblen, *Théorie de la classe de loisir* [1899], trad. de Louis Evrard, préface de Raymond Aron, Paris : Gallimard, 1970.
- 3 *Ibid.*
- 4 Pierre Bourdieu, Yvette Delsaut, « Le couturier et sa griffe : contribution à une théorie de la magie », *Actes de la recherche en Sciences Sociales*, Vol. 1, n° 1, 1975, p. 7-36.
- 5 Friedrich Nietzsche, *Humain, trop humain. Un livre pour esprits libres II*, Fragment 215, trad. de l'allemand par Robert Rovini, Paris : Gallimard, 1968, p. 107.
- 6 *Ibid.*
- 7 Simone de Beauvoir, *Das andere Geschlecht. Sitte und Sexus der Frau* [1949], trad. de Uli Aumüller et Grete Osterwald, Hamburg : Rowohlt Verlag, 1992, p. 253.
- 8 Adolf Loos, *Paroles dans le Vide (1897-1900)*, trad. de l'allemand par Cornelius Heim, Paris : Editions Champ Libre, 1979, p. 111-117, ici p. 111.
- 9 Cité par Walter Benjamin, *Paris capitale du XIX^e siècle. Le livre des passages*, trad. de l'allemand par Jean Lacoste, Paris : Les Éditions du Cerf, 1989, p. 100.