



Que
sais-je ?



LA SOCIOLOGIE DE LA MODE

Frédéric Monneyron

puf

Facebook : *La culture ne s'hérite pas elle se conquiert*

QUE SAIS-JE ?

Sociologie de la mode

FREDERIC MONNEYRON



Introduction

Le terme « mode », quelle que soit la manière dont on l'entend, est plurivoque. Et cette plurivocité donne déjà une mesure de son importance. Qu'on le prenne dans son sens le plus restreint ou, au contraire, dans son acception la plus large, il désigne un phénomène social aux implications très diverses qui touche pour le moins toutes les sociétés contemporaines.

Si l'on ne considère tout d'abord que la mode vestimentaire, celle qu'évoque le plus souvent le terme de mode, personne ne contestera la place considérable qu'elle a prise de nos jours dans le fonctionnement même de nos sociétés. À un niveau économique, à l'évidence, puisque, malgré ses difficultés, l'industrie textile reste un pôle stratégique de l'économie mondiale et de bien des pays développés comme en développement, et que l'industrie de la mode est une industrie qui génère de très nombreux emplois et des capitaux très importants. À un niveau psychologique, social ou esthétique dans la mesure où le vêtement est un élément déterminant dans la constitution des identités individuelles, un marqueur social sinon privilégié du moins prépondérant et un objet important dans l'esthétique sociale.

Si l'on considère maintenant la mode d'une manière plus large, son importance n'est pas moindre. Aucun secteur

d'activité humaine n'y échappe vraiment désormais. Non seulement les arts décoratifs comme le design et la décoration d'intérieur, et les arts les plus traditionnels comme la littérature, la musique ou la peinture, mais encore les disciplines intellectuelles et scientifiques jusqu'à la politique sont soumis à des effets de mode. Et la mode ou les modes décide(nt) bien souvent des directions et des orientations que prennent ces différents secteurs d'activité.

Malgré sa présence envahissante, la mode, prise dans un sens restreint ou dans un sens plus large, n'a pas reçu vraiment l'intérêt à la mesure de son importance de la part des sciences humaines et sociales. La psychanalyse, depuis l'ouvrage, pourtant pionnier, de Henry Flügel, *Psychology of Clothes*, en 1930, s'est fort peu intéressé au vêtement, en tout cas très obliquement : par le fétichisme surtout, et à l'exception de quelques travaux comme ceux d'Eugénie Lemoine Luccioni [\[1\]](#), mais sans réelle suite, elle l'a largement laissé en dehors de son champ d'investigation. Une discipline plus ancienne comme l'histoire, qui, presque par définition, travaille sur le long terme et se doit, par conséquent, d'être très attentive aux cycles, a, pendant très longtemps, oublié de concentrer son attention sur le vêtement et la mode. Pendant longtemps... car il faut admettre que la situation a bougé depuis quelque temps et que les deux dernières décennies ont vu la publication de plusieurs ouvrages importants, ceux, par exemple, issus des passionnantes recherches de Philippe Perrot et de Daniel Roche à qui l'on doit quelques-uns des essais les

plus originaux sur le sujet comme, respectivement, Les dessus et les dessous de la bourgeoisie [2] et La Culture des apparences [3].

La sociologie, pourtant concernée au premier chef par un phénomène avant tout social, s'est à peine plus que l'histoire attardée sur la mode – les deux disciplines ont d'ailleurs eu tendance à se renvoyer un objet mode dont elles ne savaient pas trop que faire. Et si une sociologie de la mode s'est malgré tout développée depuis plus d'un siècle, c'est souvent dans les marges de la discipline proprement dite, en tout cas par touches successives.

Le propos et l'ambition de ce livre sont, dès lors, de tenter de rendre compte de cet ensemble de discours problématiques qui, dans une perspective directement ou indirectement sociologique, ont été portés sur le phénomène de la mode et, en tout premier lieu, sur celui de la mode vestimentaire. Il se donne pour triple tâche :

- de présenter ces différents discours qui se donnent la mode pour objet, de leur naissance au ^{xix}^e siècle, et leur développement au ^{xx}^e siècle jusqu'à leurs orientations les plus récentes ;
- d'apprécier et d'évaluer les résultats obtenus ;
- de comprendre aussi pourquoi une sociologie de la mode a peine à se développer et de définir les nouvelles directions qui se sont mises en place aujourd'hui.

Notes

[1] La robe. Essai psychanalytique sur le vêtement, Paris, Le Seuil, 1983.

[2] Paris, Fayard, 1981.

[3] Paris, Fayard, 1989.

Première partie :

Naissances

Chapitre I

Mode et société

I. Le phénomène occidental

On pourrait être tenté de considérer dans un premier temps que la mode est un phénomène universel et qu'il n'existe pas de société qui ne la connaisse pas. Et l'on pourra invoquer à l'appui de cette position que le vêtement, ce « signe qui sépare l'homme de l'animal » (Condorcet), a toujours, en plus de sa fonction de protection, également une fonction de parure. Quelles que soient les sociétés considérées, des sociétés dites primitives contemporaines aux civilisations anciennes prestigieuses, comme par exemple les civilisations chinoise ou indienne, on trouvera en effet ce souci de la parure que d'aucuns ne manqueront pas d'interpréter comme une forme plus ou moins ancienne de mode. Pourtant, la mode, en tant que concept et en tant que phénomène social, est une création occidentale. La mode comme nous l'entendons en Occident : perpétuel changement touchant l'ensemble d'une société, n'est pas assurément, et n'a jamais été, une caractéristique universelle du costume. Sans doute la robe de soie du mandarin chinois a-t-elle pu être aussi somptueuse que

les plus somptueuses des tenues de cour occidentales, et sans doute le vêtement chinois a-t-il subi aussi plus de variations qu'on ne le pense d'une dynastie à l'autre, mais il reste qu'il apparaît figé dans le temps comme dans l'espace social. Et ce qui est vrai de la Chine l'est aussi pour les autres civilisations. En outre, la mode ne se contente pas d'être un concept et un phénomène social occidental, elle est aussi un concept et un phénomène occidental récents.

La mode est très intimement liée à l'avènement, exclusivement occidental lui aussi, de sociétés où l'individu devient la valeur suprême, qui se substituent progressivement aux sociétés traditionnelles où la valeur se trouvait placée dans la société comme un tout^[1]. Et si, depuis le Moyen Âge, il a certes existé des modes de cours, la mode ne s'impose vraiment comme phénomène social, avec ses rituels et ses institutions, qu'au ^{xix}^e siècle – c'est-à-dire lorsqu'une société fondée sur l'individu, dont on peut, par commodité, situer la mise en place décisive au ^{xviii}^e siècle, se développe pleinement. On pourrait objecter que la mode, qui implique un groupe, voire l'ensemble d'une société, relève justement de ce geste holiste propre aux sociétés traditionnelles et qu'on devrait dès lors être amené à la considérer comme un résidu des parures, des coutumes et des rites de celles-ci. Mais, parce qu'elle repose sur une liberté individuelle, celle d'être ou de ne pas être suivie, la mode est, à l'évidence, encore plus significative de la modernité occidentale, articulée autour de l'individu et de la sécularisation.

S'il faut fonder davantage cette appartenance de la mode aux sociétés individualistes d'Occident, on insistera également sur les points suivants. La mode, qui par essence ne dure jamais et se renouvelle perpétuellement, procède d'une conception linéaire du temps propre à l'Occident moderne, très différente de celle des sociétés traditionnelles, passées ou contemporaines, fondées sur le temps cyclique des mythes et le temps figé du sacré. Cette conception du temps l'invite, par suite, à se donner comme fin ultime, et illusoire, l'épuisement de toutes les combinaisons vestimentaires possibles, alors que le vêtement des sociétés de la tradition est donné une fois pour toutes. Enfin, alors que dans ces dernières la valeur d'usage d'un vêtement ne va pas sans une valeur symbolique très forte, la sécularisation moderne dégage le symbole de l'usage. Certes, les images de vêtement que nous propose la mode occidentale ne sont pas sans produire du sens, mais ce sens n'est plus ni religieux ni univoque et ce sont tous les codes, y compris désormais ceux qui permettaient d'identifier les classes sociales, qui ont volé en éclats. La mode, fondamentalement, naît et joue de cet éclatement.

II. Le phénomène social

On ne peut s'étonner, dès lors, que la naissance de la mode en tant que phénomène social coïncide avec celle des sociétés bourgeoises d'Occident qui se mettent en place au ^{xix}^e siècle et, plus précisément, avec celle des

sociétés démocratiques qui se définissent comme un agrégat d'individus égaux entre eux. Et sans doute n'est-ce pas tout à fait un hasard si le phénomène se développe en tout premier lieu dans les deux pays qui voient s'installer avant les autres ce type de société privilégiant l'individu en tant que valeur : l'Angleterre et la France.

Si l'on considère un pays comme la France, qui a l'avantage de manifester cette « coïncidence » avec une clarté toute particulière, on peut dire que le terrain est prêt pour que s'impose la mode en tant qu'authentique phénomène social, dès l'instant où le vêtement n'a plus pour fonction de permettre une distinction des positions sociales mais obéit à une liberté individuelle. On sait en effet que, depuis le Moyen Âge, les différents ordres se distinguaient par des vêtements particuliers, et que, à l'intérieur de deux d'entre eux, la noblesse et le clergé, le vêtement signifiait aussi le rang, la lignée et, d'une manière générale, la relation hiérarchique, tandis que, dans le troisième, le tiers état, il permettait pour le moins d'identifier les métiers et les différentes activités. Les lois somptuaires qui apparaissent sous François I^{er} et Henri II et interdisent aux bourgeois de porter certaines étoffes et certaines couleurs renforcent les divisions en les institutionnalisant, et ces divisions atteindront un raffinement extrême sous la monarchie absolue de Louis XIV, avant de s'effacer quelque peu au xviii^e siècle où « l'affolement du rythme des modes de cour révélera une obsolescence des signes de prestige » [2]. Cet effacement qui, en lui-même, est déjà significatif d'une

crise sociale profonde sera parachevée par la Révolution française, manifestation politique de cette crise. Elle dispose en effet par le décret du 8 brumaire an II (29 octobre 1793) que : « Nulle personne de l'un et l'autre sexe ne pourra contraindre aucun citoyen à se vêtir d'une façon particulière, sous peine d'être considérée et traitée comme suspecte et poursuivie comme perturbateur de repos public : chacun est libre de porter tel vêtement ou ajustement de son sexe qui lui convient. » Et, ce faisant, elle marque une rupture fondamentale avec les lois somptuaires et constitue une étape fondamentale dans la transformation d'une mode réservée à un groupe très réduit d'individus en une mode qui ne tardera pas à concerner une population bien plus vaste, bref, en la Mode. Elle engage en outre, et presque paradoxalement, une essentielle neutralisation politique du vêtement. Si la liberté et l'égalité vestimentaire qu'elle promeut peuvent apparaître encore comme un acte politique, puisqu'il s'agit de s'opposer à un ordre ancien, la Révolution substitue sur le plus long terme à un vêtement qui signifiait la soumission à des impératifs politiques et sociaux un vêtement qui signifie surtout la liberté individuelle. En d'autres termes, par un acte à portée politique, elle inaugure le passage du vêtement de la sphère publique dans la sphère privée, passage sans lequel, presque par définition, la mode ne saurait être la mode.

III. Les périodiques de

mode

On le voit, les conditions favorables à la naissance de la mode trouvent dans l'installation de sociétés individualistes leur principe premier et fondateur. Mais pour que la mode puisse pleinement se développer en tant que telle, il a fallu également que d'autres éléments entrent en jeu. Assurément, elle n'aurait pu le faire si elle n'avait bénéficié de tout un discours d'accompagnement qui la promeut et l'évalue. Ce rôle, important, a été celui des périodiques de mode qui, alors que la mode devient un phénomène établi, se développent parallèlement à elle.

Si on prend à nouveau l'exemple de la France, sous la Révolution puis sous le Consulat, la mode nouvelle n'est pas encore un objet littéraire, fût-il journalistique. En revanche, la mode sous l'Empire fait son entrée dans le journal de mode, au demeurant seule sorte de littérature journalistique que Napoléon acceptait. Il faudra toutefois attendre la monarchie de Juillet pour que la mode qui, sous la Restauration, n'est encore que très peu décrite, devienne à proprement parler un objet d'observation et de description des journaux de mode. C'est en 1829 qu'apparaît par exemple, avec bien d'autres publications, un journal comme *La Mode* qui, fondé par Émile de Girardin et placé sous le patronage de la duchesse de Berry, s'oppose au trentenaire et poussiéreux *Journal des dames et des modes* de l'ex-abbé de La Mésangère.

La Mode, qui « récusé la tyrannie des modistes, remet à

sa place la technique couturière, invite sa lectrice à n'être plus un docile porte-manteau, mais à imposer sa propre élégance, à prévoir et à devancer la mode, à la quitter avant qu'elle ne devienne celle de tout le monde » [3], se présente comme le journal d'une certaine façon de s'habiller, quelque peu aristocratique, reposant sur la certitude qu'une femme qui brode elle-même son tablier ne peut être élégante et qu'une femme élégante change de vêtement trois fois par jour. Ce journal sera synonyme, pendant des années, de l'élégance et s'alliera à la fois les meilleurs auteurs, de Balzac (son *Traité de la vie élégante* paraît dans ses pages) et Girardin à Barbey d'Aurevilly, et un dessinateur comme Gavarni, qui a pu apparaître à beaucoup, avec peut-être Lami, comme le plus grand dessinateur français de mode du siècle. Et les uns et les autres contribueront beaucoup à la faveur dont jouira le discret habit noir masculin qui fait ressortir le linge blanc, sur le modèle d'un Brummell dont les idées sur l'élégance vestimentaire en général avaient pu inspirer au demeurant plusieurs articles de *La Mode*.

Si les écrivains prêtent leur plume à *La Mode* et à d'autres journaux – Barbey d'Aurevilly collaborera aussi au *Moniteur de la mode* et à *La sylphide* où il signera plutôt des chroniques politiques –, à l'inverse, plus tard dans le siècle, le fameux *Journal de la vie littéraire* apparaît bien souvent comme un périodique de mode. Non seulement s'y trouvent décrites les robes admirées sur une personnalité connue dans un salon ou dans une soirée, mais en outre, il fourmille de renseignements sur les métiers de la mode. Ce flirt entre la mode et la littérature

sera mieux illustré encore par Mallarmé qui crée, en 1874, *La dernière mode*. La revue lui a été inspirée par le mouvement Arts and Crafts qu'il découvre à Londres à l'occasion de l'Exposition universelle et qui prône la symbiose de l'art et de l'industrie. De la première livraison qui voit le jour le 6 septembre 1874 jusqu'à la dernière, le 20 décembre de la même année, les huit numéros auront fait appel, sur des sujets comme la mode certes, mais aussi sur d'autres sujets comme les sports, la chronique mondaine, la gastronomie et la décoration – Mallarmé donnant déjà à « mode » un sens extensif –, à des plumes aussi diverses que celles de Banville, Coppée, Sully Prudhomme, Catulle Mendès, Alphonse Daudet, Zola ou Villiers de l'Isle-Adam. Et, malgré l'existence éphémère de la revue, nombreux seront, à la fin du *xix^e* siècle, les auteurs qui ne se satisferont pas de donner des poèmes ou des nouvelles aux journaux de mode, mais qui se plairont à décrire les robes d'un vernissage de Bakst ou d'une messe à la Madeleine, comme Montesquiou dans *Les Modes*. Ces écrivains et journalistes qui font leurs armes, voire leur carrière dans la description couturière, montrent en tout cas à quel point la mode est devenue un phénomène social d'une importance qu'ils ne font que renforcer en lui consacrant une partie de leur talent.

Notes

[1] Cf. L. Dumont , *Essais sur l'individualisme*. Une

perspective anthropologique sur l'idéologie moderne, Paris, Seuil, 1983, p. 35.

[2] P. Yonnet , Jeux, modes et masse. La société française et le moderne, Paris, Gallimard, 1985, p. 310.

[3] R. Fortassier , Les écrivains français et la mode. De Balzac à nos jours, Paris, puf, 1988, p. 46.

Chapitre II

Écrivains et journalistes

I. Essais sur le dandysme

La mode, en tant que concept et phénomène social, est donc une création occidentale ; elle est, en outre, intimement liée à l'avènement, exclusivement occidental lui aussi, de sociétés fondées sur l'individu, qui se substituent progressivement aux sociétés traditionnelles, fondées, elles, sur le groupe ou la société tout entière. Et par conséquent, on l'a vu, elle ne s'impose vraiment, avec ses rituels et ses institutions, qu'au ^{xix}^e siècle. On ne saurait s'étonner que, très vite, ce phénomène nouveau puisse faire l'objet d'un discours qui cherche à en évaluer les caractéristiques essentielles et s'interroger sur son sens et sa fonction.

Le dandysme, qui se veut une remise en cause des structures sur lesquelles se fonde le vêtement, est, peut-être, la première forme de discours sur ce phénomène. Du *Book of Fashion* (1835), le livre de George Brummell, premier et plus grand de tous les dandys, aux réflexions qui le prennent pour objet, fût-ce pour le décrier, les textes sur le dandysme sont nombreux. Et, des articles de

Hazlitt, de Carlyle, et du traité de Balzac, aux alentours de 1830, au Book of Snobs (1848) de Thackeray et aux pages que Baudelaire y consacre dans Le Peintre de la vie moderne (1863), en passant par l'essai célèbre de Jules Barbey d'Aurevilly, Du dandysme et de George Brummell (1845), ils esquissent déjà, tous à leur manière, un discours interprétatif du phénomène de la mode.

The Book of Fashion, cet ouvrage dans lequel Brummell avait consigné ses idées dès 1821, mais qui, brièvement publié en 1835, restera en fait inédit pendant plus de cent ans, avant qu'Eleanor Parker ne l'édite en 1932 à New York, apparaît comme une théorie de l'élégance vestimentaire. Insistant sur l'harmonie des couleurs et sur les rapports du vêtement et de l'architecture, Brummell y traite en deux chapitres du costume féminin et du costume masculin. Pour ce dernier, il définit deux principes qui en font l'élégance : le drapé, qui est nettement préférable au vêtement ajusté, et les justes proportions entre le haut et bas. Et il donne d'une manière générale toutes les recettes qui permettent au dandy de régner par le biais de l'élégance. William Hazlitt, dans un article de 1827, « The Dandy School », se moque des dandys dont Brummell est la plus belle incarnation et, dans un article de la London Weekly Review en 1828, considère ce dernier comme « le plus grand des petits esprits », se moque de ses bons mots et de ses boutades. Carlyle a une vue à peine moins tranchée, puisque, dans « Characteritics » en 1831, il voit en Brummell « la révélation d'une pauvreté spirituelle de la

société mais aussi l'effort – pitoyable sans doute – de fabrication d'un idéal » [1]. Balzac, tout au contraire, en fait une référence absolue et s'appuie sur ses idées pour son *Traité de la vie élégante* de 1830. Les idées de Brummell sur l'élégance avaient en effet largement filtré et ses axiomes ont inspiré un magazine comme *La Mode*. Balzac les reprend. Il insiste lui aussi sur les relations entre le vêtement et l'architecture, et, dans les différents axiomes qu'il aligne à son tour, il n'est pas sans emprunter à Brummell, outre combien la vie élégante se liait fortement à la perfection de toute société humaine, deux des caractéristiques fondamentales du dandy : la nécessaire sobriété que permet l'habit noir sur du linge blanc et l'importance de ne pas se faire remarquer.

Barbey d'Aurevilly, qui a pu reprocher à Balzac « de n'avoir vu dans les dandys que des mannequins et des têtards de canne, de n'avoir pas, comme son contemporain Stendhal, compris la profondeur du dandysme et la fascination qu'il exerce » [2], ira de fait bien plus loin. À l'inverse d'un Thackeray qui ne trouve dans les dandys que des snobs sans beaucoup d'intérêt, Barbey d'Aurevilly considère dans son essai de 1843 que l'importance accordée au vêtement qui les caractérise révèle une révolte bien plus grande qu'il n'y paraît. Non que le vêtement révèle en lui-même une profondeur insoupçonnée, mais c'est l'intérêt que le dandy y porte et la manière dont il le porte qui sont le signe de cette révolte. Il ne manquera pas de signaler, puisque le dandy rivalise alors avec la femme, mais sans mettre explicitement la relation en évidence, la nature quelque

peu androgyne de sa position : « Natures doubles et multiples, d'un sexe intellectuel indécis, où la grâce est plus grâce encore dans la force, et où la force se retrouve encore dans la grâce, Androgynes de l'histoire, non plus de la fable et dont Alcibiade fut le plus beau type, chez la plus belle des nations. » [3] Par ailleurs, et au-delà même de la question vestimentaire, il rappelle la provocation qui est le propre du dandy, que celle-ci soit liée à son indifférence et à son impavidité ou au contraire à son souci affiché de déplaire. Quand il s'attarde sur Brummell, il souligne qu'il « aimait mieux étonner que plaire » [4] et que l'impertinence doit s'allier ici en l'occurrence à la Grâce : « Sans l'Impertinence, la grâce ne ressemblerait-elle pas à une blonde trop fade, et sans la Grâce, l'Impertinence ne serait-elle pas une brune trop piquante ? » [5].

C'est cette révolte que Baudelaire stigmatise à son tour en réfléchissant sur le dandysme une vingtaine d'années plus tard. Dans les pages qu'il consacre au dandy dans *Le Peintre de la vie moderne*, il s'emploie à décrire ce qu'il y a derrière l'image stéréotypée d'un homme à la mise élégante ; « Le dandysme n'est même pas, comme beaucoup de personnes peu réfléchies paraissent le croire, un goût immodéré de la toilette et de l'élégance matérielle. Ces choses ne sont pour le parfait dandy qu'un symbole de la supériorité aristocratique de son esprit. » [6] Il insiste lui aussi sur la « simplicité absolue » de sa toilette qui est « la meilleure façon de se distinguer », sur « le plaisir d'étonner et la satisfaction orgueilleuse de ne jamais être étonné » [7] et, s'il est souffrant, sur la

nécessité de ne jamais le laisser voir. Ce dandysme, qui « confine au spiritualisme et au stoïcisme » [8], Baudelaire le voit par conséquent comme une rébellion fondamentale : « Que ces hommes se fassent nommer raffinés, incroyables, beaux, lions ou dandies, tous sont issus d'une même origine ; tous participent du même caractère d'opposition et de révolte. » [9] Il lui donne sociologiquement comme condition de naissance : « Les époques transitoires où la démocratie n'est pas encore toute puissante, où l'aristocratie n'est que partiellement chancelante et avilie » [10], et il considère logiquement dès lors que si les dandys sont en voie de disparition en France, « en Angleterre, l'état social et la constitution (la vraie constitution, celle qui s'exprime par les mœurs) laisseront longtemps encore une place aux héritiers de Sheridan, de Brummell et de Byron, si toutefois il s'en présente qui en soient dignes » [11].

II. Écrits sur la mode

La réflexion sur le dandysme – ce qu'il engage et ce qu'il signifie socialement –, se présente déjà indirectement, chez plusieurs auteurs, on le voit, comme une interprétation des fonctions sociales du vêtement. Mais les mêmes auteurs, plus quelques autres, proposent aussi une appréhension plus générale de la mode. Souvent écrivains et journalistes collaborant aux magazines de mode qui naissent à l'époque, ils ne sont pas sans esquisser, alors même que la sociologie ne s'est pas encore constituée en discipline autonome,

quelques-unes des grandes lignes d'une sociologie de la mode.

Au-delà d'une conception de l'élégance, c'est déjà une vision sociologique de la mode que Balzac développe. Non seulement, avec son *Traité de la vie élégante*, il écrit cette philosophie du vêtement que, trois années plus tard, en Angleterre, Thomas Carlyle tentera de son côté de mettre en place dans *Sartor Resartus*, en faisant du vêtement la manifestation visible d'un être invisible (sans vraiment y parvenir, tant il sera contraint à des dérives diverses), mais il prend bien soin de situer sa conception de l'élégance dans la réalité sociale. Balzac considère que l'élégance tient son origine dans la désintégration de l'Ancien Régime qui ne connaissait que le luxe. De fait, le démantèlement des structures sociales anciennes à laquelle a procédé la Révolution (la vente des biens nationaux, la suppression du droit d'aînesse, la division des fortunes, l'abolition de la noblesse) a eu pour effet de remettre en question les grands projets, l'art monumental, auxquels a succédé l'élégance, « luxe de simplicité », qui ne relève plus de l'exceptionnel mais du quotidien, de la collectivité mais de l'individu. Si l'on s'attarde sur le vêtement – et le vêtement masculin en particulier –, il n'a échappé aux cloisonnements des ordres de l'Ancien Régime que pour sombrer dans l'uniformisation, d'où la nécessité de l'élégance pour restituer les différences nécessaires. Les fonctions du vêtement recouvrent dès lors des différenciations socioculturelles, puisque, écrit Balzac dans un de ses axiomes, « la brute se couvre, le riche ou le sot se pare,

l'homme élégant s'habille » [12]. Par suite, on comprendra que la mode, qui ne peut encore concerner qu'une classe oisive, soit essentielle dans la volonté de se distinguer. Ses implications sont en outre économiques tout autant que psychologiques ou morales, et parce qu'elle crée des besoins, signifie la circulation de l'argent et une forme de dynamisme social, Balzac ne peut que lui être très favorable.

Le Traité de Balzac a pu inspirer plusieurs traités de l'élégance comme ceux d'Étienne Chapuis ou de Mortemart-Boisse, mais la plupart d'entre eux restent de simples manuels sur la manière de bien s'habiller et aucun ne s'élargit en une visée sociologique plus large. Et si l'on doit chercher un prolongement aux réflexions balzaciennes sur la mode ou de nouvelles perspectives, c'est de nouveau du côté de Barbey d'Aurevilly et de Baudelaire qu'il faut se tourner, auxquels il importe d'ajouter toutefois Théophile Gautier et, certainement, à la fin du siècle, en Angleterre, Oscar Wilde.

Barbey d'Aurevilly, qui considérait le traité de Balzac comme « L'Esprit des lois de la vie élégante », place l'élégance dans son essai sur le dandysme au-dessus de la grâce mais en dessous de la beauté et s'interroge sur ce qui, en elle, relève de la convention sociale et ce qui est un absolu en soi. Ce faisant, il n'est pas sans pressentir la part de conformisme et la part de volonté de distinction qui sont indéfectiblement liées dans la mode. C'est, au demeurant, cette seconde part que Gautier, dans son court essai de 1857, De la mode, cherche plus particulièrement à définir. Partant d'une réflexion d'ordre

anthropologique qui fait du vêtement la particularité de l'être humain, d'une part, et regrettant d'un point de vue esthétique que le nu, « qui était naturel sous le climat divin de la Grèce » et qui a produit les grands artistes de l'Antiquité et de la Renaissance, soit devenu une convention artistique d'autre part, il lui semble possible de retrouver dans l'habit « cette visible forme de l'homme », le sens esthétique qui était celui du nu. Et il attribue, par suite, à la mode, et cela quelle qu'elle soit, cette fonction de distinction qui, pour l'homme, échappe, sur le modèle du dandy, aux ors, aux broderies, aux tons voyants, au théâtral, mais se donne dans « la finesse du drap, la perfection de la coupe, le fini de la façon et surtout le bien-porté ».

Baudelaire apporte une autre perspective encore, plus large. S'il reprend des oppositions et des idées qui ne sont pas si éloignées de celles de Barbey et de Gautier, c'est sur un tout autre registre. En réfléchissant sur la beauté, il en vient à la conclusion qu'elle procède « d'un élément éternel, invariable, dont la quantité est excessivement difficile à déterminer, et d'un élément relatif, circonstanciel, qui sera, si l'on veut, tour à tour ou tout ensemble, l'époque, la mode, la morale, la passion » [\[13\]](#). Mais de ces deux éléments, l'élément stable et l'élément transitoire, c'est l'élément transitoire, la mode donc, qui lui semble le plus important : car en supprimant le transitoire, nous tomberions « dans le vide d'une beauté abstraite et indéfinissable ». Parallèlement à ce rôle essentiel attribué au transitoire et à l'éphémère qu'est la mode, Baudelaire fait l'éloge de l'artifice, et l'on

sait qu'il estime que la femme, qui « est naturelle, c'est-à-dire abominable » [14], « doit se dorer pour être adorée » et « emprunter à tous les arts les moyens de s'élever au-dessus de la nature pour mieux subjuguier et frapper les esprits » [15]. La mode, qu'il faut entendre dans un sens légèrement plus large que la mode vestimentaire, est incontestablement parmi ces arts le plus important. Et dès lors, elle doit « être considérée comme un symptôme du goût de l'idéal surnageant dans le cerveau humain au-dessus de tout ce que la vie naturelle y accumule de terrestre et d'immonde » [16].

La réflexion de la part de quelques grands auteurs du xix^e siècle sur le phénomène de la mode dont ils peuvent observer l'installation et le développement, quand bien même elle serait encore fragmentaire, propose bien des pistes intéressantes. Et on pourrait penser qu'elle aurait ouvert la voie au rapide développement d'une sociologie de la mode. Pourtant, tel ne fut pas vraiment le cas.

Notes

[1] F. Coblenca , Le dandysme, obligation d'incertitude, Paris, puf, p. 175.

[2] R. Fortassier , Les écrivains français et la mode. De Balzac à nos jours, Paris, puf, 1988, p. 79.

[3] J. Barbey d'Aurevilly , Du dandysme et de George Brummell, Œuvres complètes, II, Paris, Gallimard, « La Pléiade », 1964, p. 718.

[4] Ibid., p. 715.

[5] Ibid., p. 716.

[6] Ch. Baudelaire , Le Peintre de la vie moderne, Œuvres complètes, Paris, Gallimard, « La Pléiade », 1975, p. 1178.

[7] Ibid.

[8] Ibid.

[9] Ibid., p. 1179.

[10] Ibid.

[11] Ibid.

[12] Traité de la vie élégante, La Comédie humaine, Paris, Le Seuil, « L'intégrale », 1966, p. 579.

[13] Ch. Baudelaire , Le Peintre de la vie moderne, p. 1160.

[14] Mon cœur mis à nu, Œuvres complètes, Paris, Gallimard, « La Pléiade », 1975, p. 1199.

[15] Le Peintre de la vie moderne, p. 1183.

[16] Ibid.

Chapitre III

Sociologues et économistes

I. Imitation

À la fin du XIX^e siècle, quand la sociologie se constitue à proprement parler en discipline autonome, elle ne s'intéresse pas en priorité à la mode vestimentaire, mais s'attarde en revanche sur les modes en général. Ainsi Gabriel de Tarde, un des fondateurs français – jusqu'à une date récente très occulté –, avec Émile Durkheim, de la discipline, développe-t-il une sociologie de l'imitation-mode. Si l'école de Durkheim, soucieuse d'affirmer la spécificité de la sociologie, a développé l'idée que la société est un ensemble organique qui a une vie propre indépendamment des individus qui la constituent, Tarde, que l'on donne parfois comme l'ancêtre de la psychologie sociale, ne souscrit pas à cette conception. Il considère que la société n'est jamais qu'une addition et une association d'individus et, quand on cherche à dire ce qui la définit, on ne peut que retenir l'imitation.

Dans *Les Lois de l'imitation* (1890), il place l'imitation au principe même de toute activité humaine et conçoit la

société comme un ensemble d'individus qui s'imitent entre eux : « Une collection d'êtres en tant qu'ils sont en train de s'imiter entre eux ou en tant que, sans s'imiter actuellement, ils se ressemblent et que leurs traits communs sont des copies anciennes d'un même modèle. » [1] Il tente ensuite d'en interpréter les mécanismes. Quand il en vient, après avoir considéré ce qu'il appelle « les lois logiques de l'imitation », à analyser ses « influences extra-logiques », il insiste tout d'abord sur le fait que ce sont « les classes inférieures des sociétés » qui « copient les classes supérieures en fait de vêtements, de manières, de langage, de vices, etc. » [2], puis remarque qu'« il n'est pas jusqu'au progrès dans l'égalité qui ne se soit opéré par imitation, et par imitation des classes supérieures » [3]. À un niveau plus particulier, c'est « l'individu jugé supérieur » qui « est copié en tout, et il semble ne copier personne au-dessous de lui, ce qui est vrai, à peu de chose près » [4]. Cet individu jugé supérieur, d'une manière générale ou dans un domaine spécial selon les types de sociétés considérées, est toujours copié par les autres d'une manière générale ou dans le domaine en question. Et Tarde estime que dans les sociétés contemporaines, « il n'y a plus d'homme que l'on imite en tout ; et celui que l'on imite le plus est lui-même imitateur à certains égards de quelques-uns de ses copistes ». L'imitation, de la sorte, « s'est donc mutualisée et spécialisée en se généralisant » [5].

Cette imitation-mode s'applique à l'évidence, et peut-être en priorité, à l'habillement qui, plus que tout autre secteur,

relève de ces « besoins de luxe » qui, estime Tarde, l'emportent toujours sur « les besoins primitifs » [6]. Tarde donne quelques exemples, épars tout au long de son ouvrage, de cet apparent paradoxe. Mais c'est à un autre auteur qu'il revient de le mettre plus particulièrement en valeur, sans qu'il se place par ailleurs dans la descendance manifeste du sociologue français.

II. Classe de loisir

Dans le chapitre de sa célèbre Théorie de la classe de loisir [The Theory of the Leisure Class, 1899] qu'il consacre au vêtement et à la mode (chap. 7, « L'habillement, expression de la culture pécuniaire »), l'économiste américain Thorstein Veblen considère d'une part, que « la dépense qu'il est convenu de consacrer à l'étalage est plus indiscutablement présente, et peut-être plus universellement pratiquée dans le domaine de l'habillement que dans tout autre secteur de la consommation » [7] et, d'autre part, que, dans le vêtement moderne, la parure l'emporte largement sur « le souci de couvrir le corps » [8]. Il définit par suite le besoin de s'habiller comme un besoin « supérieur » et donc comme un besoin de nature spirituelle.

À partir de ces prémisses, il est amené à développer la loi qui gouverne l'usage des vêtements, fût-ce indirectement : celle du « gaspillage ostentatoire ». Il souligne que si « dans la plupart des cas, le motif conscient d'un homme qui se vêt ou fait l'emplette d'un

vêtement ostensiblement coûteux, c'est le besoin de se conformer honorablement à l'usage établi et au modèle du goût », il s'agit aussi d'« obéir aux exigences de la cherté, car elles imprègnent si bien nos idées en matière d'habillement que d'instinct nous trouvons tout accoutrement odieux qui n'a pas coûté un bon prix » [9]. Dès lors, en matière de vêtement plus qu'ailleurs, « bon marché » signifie « mauvaise qualité » et quand bien même une contrefaçon serait presque parfaite par « la forme, la couleur ou l'effet visuel », dès qu'elle est révélée, « sa valeur esthétique tombe sur-le-champ » [10]. Veblen en arrive donc à définir tout d'abord la fonction de l'habillement comme le témoignage d'« une capacité de paiement » [11]. Mais il trouve vite au vêtement d'autres sens encore, plus larges. « Si l'on peut montrer, explique-t-il, non seulement que l'on peut se permettre de consommer à volonté et sans compter, mais en outre et du même coup, que l'on n'a pas besoin de travailler pour vivre, on administre une preuve beaucoup plus convaincante de sa dignité sociale. » [12] Et l'on peut comprendre désormais que « la tenue élégante fait son effet non seulement parce qu'elle coûte cher, mais aussi parce qu'elle est l'attribut du loisir. Elle signifie que le porteur peut consommer une richesse relativement élevée, mais elle démontre en même temps qu'il la consomme sans produire » [13].

De l'idée que le vêtement serait un des emblèmes identificateurs de la classe de loisir, la toilette féminine en témoigne encore mieux. Et Veblen de s'attarder longuement sur toutes les pièces de vêtement féminin,

qui entravent les mouvements de la femme et lui rendent toute forme de travail impossible : les grands chapeaux des élégantes et les talons hauts, les larges jupes qui gênent les déplacements ou encore le corset, « qui n'est autre chose qu'une mutilation, destinée à ôter de la vitalité au sujet, à le rendre en permanence et de toute évidence inapte au travail » [14]. Avant de résumer, en disant que « la toilette féminine force plus nettement et plus évidemment sur les détails qui certifient l'exemption du travail vulgairement productif ou l'incapacité de s'y livrer » [15]. Après s'être attardé sur la condition économique de la femme et les origines de cette condition, il conclut toutefois que « la raison toute simple de cet affichage de loisir et de toilette, c'est que les femmes sont des servantes à qui, dans la différenciation des fonctions économiques, leur maître a donné commission de faire bien remarquer qu'il peut payer » [16].

Aux deux grands principes sur lesquels reposent nos relations au vêtement, le gaspillage ostentatoire et le loisir ostentatoire, Veblen en ajoute un troisième : « Ce n'est pas assez que l'habillement coûte visiblement cher et soit visiblement mal commode : il doit encore être au goût du jour. » [17] Et il s'emploie alors, sinon à dresser la théorie de ce flux et reflux perpétuel qu'est la mode vestimentaire, que tentera de dresser Alfred L. Kroeber deux décennies plus tard, du moins à tenter d'en expliquer les variations. Il lui semble que l'explication est à rechercher dans la loi de gaspillage ostentatoire elle-même : « Du moment que chaque vêtement est toléré

pour un bref espace de temps, que l'on n'en prolonge pas l'usage, que l'on ne remet pas cette saison-ci la tenue de la saison dernière, il est hors de doute que la dépense ostensible augmente fortement. » [18] Mais cette explication ne permet pas de comprendre en revanche pourquoi une mode vestimentaire en vogue à tel moment se trouve remplacée par une autre sans que l'on trouve rien à redire à ce changement, ni pourquoi « il nous est si impérieusement nécessaire de suivre telle mode à tel moment » [19]. Veblen cherche dans un premier temps à répondre à ces questions en invoquant un critère esthétique : « Chaque innovation de la mode est un effort pour atteindre à une forme d'étalage qui soit plus que la précédente agréable à notre sens de la forme, de la couleur, de l'utilité pratique. » [20] Il se doit vite de constater toutefois que non seulement il est bien difficile de dire, dans nos civilisations modernes, que la mode vestimentaire d'une décennie est plus belle que celle de la décennie immédiatement antérieure, mais qu'on peut même affirmer que « il y a deux mille ans, les vêtements étaient plus à l'avantage des hommes et des femmes que les ouvrages si compliqués et laborieux de notre époque » [21]. Aussi en vient-il à considérer que « en pratique le gaspillage ostensible ne peut s'accorder avec notre souci d'un vêtement qui soit beau et à notre convenance » [22] et c'est dans ce conflit même entre loi de cherté et canon de beauté qu'il trouve l'explication du changement incessant qui caractérise la mode vestimentaire depuis un siècle au moins. Et, après avoir discuté les termes de ce conflit, il en arrive à la conclusion et au pronostic suivants : « Plus la société,

disons surtout les classes riches de la société, accroissent leur richesse, gagnent en mobilité, étendent le cercle de leurs contacts humains, et plus la loi du gaspillage ostentatoire parlera en despote sur les questions d'habillement ; alors, plus la règle d'honorabilité pécuniaire poussera le sens de la beauté vers sa désuétude, ou lui passera sur le corps ; plus vite les modes changeront et passeront, et plus grotesques et insupportables seront les styles divers qui feront tour à tour sensation. » [23]

III. Distinction

Le concept d'imitation dont Gabriel de Tarde avait fait le principe même d'explication de l'évolution générale des sociétés, Georg Simmel le reprend à son compte et, s'il ne lui donne pas une extension aussi large, il l'applique plus particulièrement si ce n'est exclusivement à la mode dans l'essai qu'il consacre à celle-ci en 1895. Il explique tout d'abord qu'« en imitant, nous renvoyons à autrui l'exigence d'énergie productive, mais en même temps aussi la responsabilité de ce qui se fait ; l'imitation délivre donc l'individu des affres du choix, le signale comme la créature d'un groupe, comme le réceptacle de contenus sociaux » [24] et donne finalement l'imitation comme répondant « à l'une des tendances fondamentales de notre être, celle qui pousse à fonder la singularité dans la généralité, accentuant la stabilité dans le changement » [25]. Quand il analyse son rôle dans la mode, il lui associe en outre le concept de distinction. De fait, si la

mode est « imitation d'un modèle donné » et « satisfait un besoin d'appui social » en menant « l'individu dans la voie suivie par tous », « elle satisfait tout autant le besoin de distinction, la tendance à la différenciation, à la variété, à la démarcation » [\[26\]](#).

La mode parvient à cette distinction, considère Simmel, de deux façons différentes, d'une part grâce au « changement des contenus qui imprime à la mode d'aujourd'hui sa marque individuelle par rapport à celle d'hier et de demain », et d'autre part « grâce au fait que les modes sont toujours des modes de classe, que celles de la couche supérieure se distinguent de celles de la couche inférieure et se voient abandonnées par la première dès que la seconde commence à se les approprier » [\[27\]](#). La propension à la distinction fonctionne donc dans une relation dialectique avec l'imitation. La mode étant le « produit de la division en classes » [\[28\]](#), cette dialectique veut que les classes inférieures « dirigent naturellement leurs regards et leurs efforts vers le haut », qu'elles imitent la mode des classes supérieures et que ces dernières, pour se distinguer, soient obligées d'en créer une nouvelle. Au demeurant, le même processus se retrouve à l'intérieur même des multiples couches des classes supérieures, si bien que « plus ces milieux sont proches les uns des autres, et plus deviennent folles, en bas la course à l'imitation, en haut la fuite vers la nouveauté » [\[29\]](#). Et l'on peut comprendre dès lors pourquoi « les classes supérieures sont le véritable siège de la mode » [\[30\]](#).

Georg Simmel en vient à définir l'essence de la mode «

en ce que, à chaque fois, une fraction seulement du groupe la pratique, l'ensemble ne faisant que chercher à la rejoindre » [31] et classe, par suite, la mode dans « ce type de phénomène qui dans l'intention vise une diffusion toujours plus étendue, une réalisation toujours plus complète – mais qui se contredirait et s'anéantirait en parvenant à ce but absolu » [32]. Ces définitions qui découlent des concepts d'imitation et de distinction lui permettent désormais de procéder à un certain nombre de constatations qui achèvent de cerner le phénomène de la mode. Il remarque tout d'abord que la mode est à l'évidence « le lieu d'élection où s'ébattent les individus privés d'autonomie intérieure qui ont besoin d'appui, mais dont l'amour-propre exige en même temps qu'on les distingue quelque peu, qu'on leur prête attention et qu'on les traite à part » [33]. Le fait que la mode soit à la fois « instinct d'égalisation et d'individualisation », « attrait de l'imitation et de la distinction » [34] lui semble en outre pouvoir expliquer pourquoi elle concerne les femmes au premier chef : parce que les femmes se trouvent par la faiblesse de leur position sociale sur le terrain « des mœurs, de la moyenne, du niveau général » [35], quand elles recherchent à s'individualiser et à se distinguer, elles trouvent dans la mode ce vecteur privilégié qui combine « les plus larges courants de la société » et « une ornementation individuelle » [36]. C'est toujours dans la même perspective qu'il attribue la création d'une nouvelle mode à ce qu'il appelle le demi-monde car « l'existence de paria que la société lui assigne suscite en son sein une haine ouverte ou latente contre tout ce qui est solidement établi » [37], et, par conséquent, cette

haine trouve son expression privilégiée dans le renouvellement des « formes du paraître » [38]. Il explique aussi par cette dialectique imitation/distinction le sentiment de pudeur : « Dès que l'aspect individuel de la situation l'emporte sur l'aspect social dicté par la mode, le sentiment de pudeur se met à opérer : beaucoup de femmes seraient gênées de se présenter devant un seul visiteur, dans leur salle de séjour, avec un aussi vaste décolleté qu'en société, où par définition domine la mode. » [39] Il considère, enfin, que la mode « n'est aussi qu'une des formes à travers lesquelles les hommes, en abandonnant l'extérieur à l'asservissement collectif, cherchent à sauver d'autant mieux leur liberté intérieure » [40], la conciliation d'obligation et de liberté se retrouvant de toutes les façons presque automatiquement « à chaque époque, dans chaque classe et dans chaque individu » [41].

Du fait du progrès économique des classes populaires qu'il observe à son époque, en particulier dans les grandes métropoles, Simmel considère que le processus d'imitation et de distinction dont il a décrit les caractéristiques les plus notables a pris désormais « une amplitude et une vivacité jadis insoupçonnées » [42]. Les conséquences économiques sont importantes, car les prix sont tirés vers le bas, ce qui en retour amplifie encore le mouvement : « Plus la mode change vite et plus le prix des choses doit baisser ; plus le prix des choses baisse, plus il engage les consommateurs et contraint les producteurs à changer vite de mode. » [43] Et, dès lors, la mode apparaît certes comme « une formation

particulière, fortement caractérisée, parmi toutes celles où les finalités sociales autant qu'individuelles ont objectivé les courants opposés de la vie en leur attribuant les mêmes droits »[\[44\]](#), mais aussi comme un phénomène social majeur qui ne peut qu'attirer l'attention du sociologue.

Notes

[\[1\]](#) G. de Tarde , Les Lois de l'imitation, étude sociologique, Paris, Kimé, 1993, p. 73.

[\[2\]](#) Ibid., p. 235.

[\[3\]](#) Ibid., p. 250.

[\[4\]](#) Ibid., p. 252.

[\[5\]](#) Ibid.

[\[6\]](#) Ibid., p. 213.

[\[7\]](#) Théorie de la classe de loisir, Paris, Gallimard, « Tel », 1970, p. 110.

[\[8\]](#) Ibid.

[\[9\]](#) Ibid., p. 111.

[\[10\]](#) Ibid.

[\[11\]](#) Ibid., p. 112.

[\[12\]](#) Ibid.

[\[13\]](#) Ibid.

[\[14\]](#) Ibid., p. 113.

[\[15\]](#) Ibid., p. 117-118.

[\[16\]](#) Ibid., p. 119.

[\[17\]](#) Ibid., p. 113.

[\[18\]](#) Ibid., p. 114.

[\[19\]](#) Ibid.

- [20] Ibid.
- [21] Ibid., p. 115.
- [22] Ibid., p. 116.
- [23] Ibid., p. 117.
- [24] G. Simmel , La mode, in La tragédie de la culture trad. franç., Paris, Rivages, 1993, p. 91.
- [25] Ibid.
- [26] Ibid., p. 92.
- [27] Ibid.
- [28] Ibid., p. 93.
- [29] Ibid., p. 96.
- [30] Ibid., p. 99.
- [31] Ibid., p. 100.
- [32] Ibid., p. 101.
- [33] Ibid., p. 105.
- [34] Ibid., p. 108.
- [35] Ibid., p. 109.
- [36] Ibid.
- [37] Ibid., p. 112.
- [38] Ibid.
- [39] Ibid., p. 115.
- [40] Ibid.
- [41] Ibid., p. 116.
- [42] Ibid., p. 121.
- [43] Ibid., p. 121-122.
- [44] Ibid., p. 126-127.

Deuxième partie : Développements

Chapitre IV

Sociologie de la culture et sociologie de la mode

I. La mode dans la culture

L'idée que la mode est imitation ou distinction ou les deux à la fois s'est imposée durant la première moitié du ^{xx}^e siècle dans bien des ouvrages à caractère général comme à caractère plus scientifique. Un anthropologue comme Alfred L. Kroeber lui donne plutôt pour caractéristique principale le changement, alors qu'Herbert Spencer dans *Principles of Sociology* en 1902 met en valeur le conformisme qu'elle représente et que Ferdinand Tönnies en 1908 oppose le *Tracht* (le costume régional) significatif de la *Gemeinschaft* (la communauté) à la Mode, propre, elle, à la *Gesellschaft* (la société). Il reste qu'une réelle sociologie de la mode a toutefois peine à se développer. Sans doute pourrait-on considérer que l'explosion d'un prêt-à-porter de masse dans les années 1960 était assurément de nature à confirmer les réflexions de Georg Simmel et à renforcer plus particulièrement l'attention sur la mode vestimentaire. Pourtant, si la mode acquiert sa place dans l'observation

sociologique, c'est le plus souvent à l'intérieur d'un cadre plus large, celui de la sociologie de la culture.

C'est dans ce cadre qu'il faut placer les recherches menées par Pierre Bourdieu et Paul Yonnet dans les années 1970 et 1980. L'un et l'autre intègrent en effet la mode dans un ensemble de pratiques culturelles beaucoup plus vaste. Le premier la convoque dans *La distinction* (1979) à côté de la cuisine et du sport pour définir l'habitus et l'espace des styles de vie, tandis que le second lui accorde une place apparemment plus privilégiée et plus indépendante dans *Jeux, modes et masses* (1985), mais malgré tout en relation avec d'autres pratiques comme les sports de compétition, les paris, le jogging, l'amour des animaux, l'automobile et la musique rock.

À l'analyse des enquêtes réalisées dans différentes classes sociales par Bourdieu, il apparaît bien une homologie des espaces, puisque, de même que les classes populaires rangent la nourriture du côté de la substance, alors que la bourgeoisie « y introduit déjà les catégories de la forme » [1], de même les premières font un usage réaliste du vêtement, tandis que dans les classes moyennes « surgit le souci du paraître » qui est « l'indice d'un renversement de toute la vision du monde » [2]. D'autres grandes oppositions constatées en matière de cuisine entre les classes sociales se retrouvent par ailleurs en matière d'habillement. Ainsi chez les hommes, la coupure passe-t-elle entre les ouvriers et les employés par l'opposition entre le bleu et la blouse, les mocassins et les chaussures de ville, entre

les cadres supérieurs et les autres catégories socioprofessionnelles par l'opposition entre le complet et le bleu ou entre le manteau et la canadienne. Chez les femmes, les oppositions, plutôt que par un vêtement particulier, se marquent par le nombre et la valeur d'achats consacrés au vêtement, qui l'un et l'autre augmentent à mesure que l'on monte dans la hiérarchie sociale. À l'inverse de Bourdieu qui place cuisine et mode sur un même pied, Yonnet admet la nécessité d'accorder un traitement particulier au phénomène vestimentaire, du fait de sa spécificité. En effet, il met en avant que « si on peut ignorer les règles du hors-jeu, la liste des partants du tiercé, ne pas savoir conduire, écouter France-Musique du matin au soir, ne jamais aller voir s'ébrouer un peloton de marathoniens, n'être le maître d'aucun animal familial, nul n'échappe à la pratique vestimentaire » [3] ; que, de plus, « aucune pratique vestimentaire n'échappe plus aux variations de la mode » et « la vêtue de toutes les classes sociales, de tous les âges est entrée dans le cycle des modes » ; et que le vêtement est le seul avec la musique rock à ne pas présenter une histoire linéaire, mais « intègre trois types de temporalité : 1 / des cycles courts, d'apparence parfois éphémère [...] 2 / des cycles moyens (quelques années), tendances durables réglant les modalités d'un usage [...] 3 / des cycles beaucoup plus longs, qui font figure d'acquisition culturelle "définitive" » [4].

II. La signification

culturelle de la mode

Bourdieu comme Yonnet font de la mode un des champs d'observation parmi d'autres de la sociologie de la culture. S'ils ne lui accordent pas une valeur propre et une signification particulière, ils ne sont pas, par ailleurs, sans lui trouver l'un et l'autre un sens social, le premier en établissant une relation entre les rapports de production et les rapports symboliques, le second en voyant dans la mode un élément important des mutations sociales contemporaines.

S'inscrivant dans une vision marxisante qui privilégie la base économique, Bourdieu reprend dans une section de *La distinction*, « L'effet des homologues », les conclusions de l'étude qu'il avait effectuée quelques années plus tôt avec Yves Delsaut[5] et considère que la mode est « un exemple à peu près parfait de la rencontre entre deux espaces et deux histoires relativement autonomes : les transformations incessantes de la mode sont le produit de l'orchestration objective entre, d'une part, la logique des luttes internes au champ de production qui s'organisent selon l'opposition de l'ancien et du nouveau, elle-même liée, par l'intermédiaire de l'opposition entre le cher et le (relativement) bon marché et entre le classique et le pratique [...] à l'opposition entre le vieux et le jeune [...], et d'autre part, la logique des luttes internes au champ de la classe dominante qui [...] opposent les fractions dominantes et les fractions dominées ou, plus exactement, les tenants et les prétendants » [6]. Les

couturiers eux-mêmes et leur clientèle, par suite, sont les illustrations de cette rencontre. Alors les couturiers « qui occupent une position dominante dans le champ de la mode » sont « ajustés aux demandes de la bourgeoisie ancienne », les jeunes couturiers « qui tentent d'imposer leurs conceptions subversives sont les "alliés objectifs" des jeunes des fractions dominantes et des fractions nouvelles de la bourgeoisie, qui trouvent dans les révolutions symboliques dont les audaces vestimentaires et cosmétiques sont le paradigme, le terrain rêvé pour affirmer l'ambivalence de leur relation de "parents pauvres" aux grandeurs temporelles » [7]. À propos de ces luttes symboliques, Bourdieu n'est pas sans retrouver par l'intermédiaire du champ de la mode et d'autres champs associés les oppositions constatées dans les rapports de production. Ainsi remarque-t-il que « là où les classes populaires, réduites aux biens et aux vertus "de première nécessité" revendiquent la propreté et la commodité, les classes moyennes, déjà plus affranchies de l'urgence, souhaitent un intérieur chaud, intime, confortable ou soigné, ou un vêtement à la mode et original. Valeurs que les classes privilégiées relèguent au second plan, parce qu'elles leur sont acquises depuis longtemps et leur paraissent donc aller de soi » [8]. Et Bourdieu de conclure que « le souci de paraître des classes moyennes [...] est au principe de leur prétention, disposition permanente à cette sorte de bluff ou d'usurpation d'identité sociale qui consiste à devancer l'être par le paraître, à s'approprier les apparences pour avoir la réalité, le nominal pour avoir le réel, à essayer de modifier les positions dans les classements objectifs en

modifiant la représentation des rangs dans le classement ou des principes de classement » [\[9\]](#).

Yonnet s'inscrit en faux contre cette idée et voit dans le vêtement contemporain, non plus « cette apparence sociale où Pierre Bourdieu avait cru reconnaître [...] le culte du faux propre aux petits bourgeois » [\[10\]](#), mais un stade où le paraître avoue l'être, et estime que l'on est entré désormais dans l'ère du look qui individualise l'usage du vêtement. Et si, comme Bourdieu, il ne donne pas à la mode une autonomie par rapport au social, il ne voit pas en revanche en elle une homologie structurelle avec les rapports de production, mais bien plutôt un puissant accompagnateur dans un certain nombre de changements sociaux, rôle qu'elle partage avec la musique rock, par exemple. Dans les années 1960, on le sait, le dimorphisme sexuel sur lequel reposait le vêtement occidental et qui avait subi déjà quelques attaques depuis le début du xx^e siècle est décidément remis en question. Cette remise en question qui fait suite à l'effacement des différenciations sociales du vêtement s'accompagne en revanche de l'instauration d'un dimorphisme par âge. Or, ses importantes révolutions vestimentaires, dans lesquelles le rock'n roll américain a joué un rôle majeur, sont aussi des révolutions sociales importantes, car comme le remarque Paul Yonnet, « tout se déroule comme si l'on passait d'un ordre à un autre par absorption, engloutissement, transmutation et résurgence. De fond en comble, les mécanismes, l'économie, les professions, les codes en ressortent modifiés » [\[11\]](#). La mode est, en particulier, le lieu où se

manifeste jusqu'à la provocation l'apparition d'une nouvelle catégorie sociale : la jeunesse. Car quand bien même on considérerait le mouvement hippy des années 1960 et 1970 comme un mouvement anti-mode – il représente plutôt une crise de la mode –, c'est en tout cas sur une nouvelle mode qu'il débouche. Et cette mode dont s'emparent la jeunesse et, à sa suite, certains professionnels a pour fonction principale de la distinguer des personnes plus âgées, fort logiquement d'ailleurs car « de même que l'idée de jeu redouble l'idée de loisir, de même, l'idée de jeunesse – rajeunissement, renouvellement – est intérieure à l'idée de mode » [\[12\]](#). Et, dès lors, il importe très peu que ce soit par des vêtements près du corps, comme le veut une certaine thèse, ou, tout au contraire, par des vêtements flottants que la jeunesse a rompu avec la mode adulte.

Les travaux de Bourdieu comme ceux de Yonnet, en insérant la mode dans une réflexion sociologique qui l'excède – à laquelle il faudrait ajouter celle, plus limitée toutefois dans son ampleur, de Jean Baudrillard dans *Le système des objets* –, répondent à des analyses qui, dans les années 1960 et 1970, avaient posé la mode comme un objet en soi de l'observation sociologique. Il s'agit des analyses menées en Allemagne, en Angleterre et en France par des auteurs dont les noms sont désormais associés à la sociologie ou à la psychosociologie de la mode.

Notes

- [1] P. Bourdieu , La distinction. Critique sociale du jugement, Paris, Minuit, 1979, p. 22.
- [2] Ibid., p. 223.
- [3] P. Yonnet , Jeux, modes et masses, Paris, Gallimard, 1985, p. 297.
- [4] Ibid., p. 298.
- [5] Le couturier et sa griffe : contribution à une théorie de la magie, Actes de la recherche en sciences sociales, n° 1janvier 1975.
- [6] La distinction, p. 259.
- [7] Ibid.
- [8] Ibid., p. 274-275.
- [9] Ibid., p. 283.
- [10] Jeux, modes et masses, p. 360-361.
- [11] Ibid., p. 350.
- [12] Ibid., p. 353-354.

Chapitre V

Vers une sociologie de la mode

I. Somptuosité et émulation

Objet particulier de la sociologie, la mode a fini malgré tout par le devenir depuis plus d'une trentaine d'années. Le sociologue allemand, René König, dans plusieurs livres dont le plus connu est *Kleider und Leute, Zur Soziologie der Mode*, 1968 [1], en reprenant les définitions de Simmel et en les élargissant, s'est employé à saisir la mode dans sa spécificité et en définir les enjeux pour l'homme. D'une façon moins systématique et plus spontanée, Quentin Bell a lui aussi proposé dans *On Human Finery* [2], une appréhension générale du phénomène de la mode qu'il inscrit dans la continuité de Thorstein Veblen.

Assurément, König présente avant tout son ouvrage comme une synthèse des différentes interprétations de la mode, mais il est amené à faire ressortir les caractères qui lui semblent définir plus particulièrement la mode : la propension à l'imitation et la volonté de distinction. De fait, s'il s'attarde sur les différents jugements suscités par la

mode, sur ses fonctions, en convoquant à l'occasion la psychanalyse (Freud et Flügel), sur son sens pour les sociétés et l'individu, s'il fait son histoire depuis qu'elle s'est affirmée en tant que phénomène social au xix^e siècle jusqu'à sa plus large expansion à notre époque et à son insertion dans le champ d'une consommation de masse, il met en évidence, quels que soient les contextes et les évolutions considérés, la distinction et l'imitation comme les éléments fondamentaux qui structurent la mode. Il estime que « la métamorphose par la parure » est apparue spontanément chez l'homme, ce qui est « d'autant plus vraisemblable que la parure a une double signification : l'individu se transforme et s'élève à ses propres yeux, et se "distingue" aux yeux des autres », et que « la parure et la distinction se sont développées parallèlement, bien qu'il existe des formes de distinction qui n'ont rien à voir avec la parure » [3]. Il insiste par suite successivement sur la possibilité qu'a un groupe, quel qu'il soit, de se distinguer par la parure d'un autre groupe, sur la concurrence et la rivalité qui s'expriment en termes de vêtement au sein des classes supérieures des sociétés occidentales, cette « consommation ostentatoire » décrite par Veblen, et sur la distanciation par rapport aux autres qui, immanquablement, s'ensuit. Mais König note ici un élément important : « Pour qu'elle remplisse son rôle, la "distinction" doit donc correspondre à quelque chose que l'entourage considère comme tel. Pour être remarqué, il faut, par conséquent, accepter l'ensemble des valeurs traditionnelles reconnues par son milieu. Et cela nous conduit aussitôt à un nouveau paradoxe : se distinguer et s'intégrer dans un groupe social ne s'exclut

pas. » [4] Et, par conséquent, il est conduit à faire du concept d'imitation l'autre concept cardinal régissant le champ de la mode. Même s'il estime que, d'une manière générale, la théorie selon laquelle « les classes inférieures imitent les classes supérieures » et selon laquelle « ces dernières sont obligées, pour continuer à se distinguer des précédentes, de changer de mode, jusqu'au moment où elles sont "rattrapées" par les autres, et ainsi de suite » [5], est dépassée, il se doit de reconnaître que, en matière de mode, il est « également naturel que, chaque fois, la masse tente d'imiter celui ou ceux qui se sont distingués » [6], et de rappeler à cet égard les travaux de Tarde, Spencer et surtout Simmel. Simplement, il nuance cette théorie, en soulignant les cas où, tout au contraire, l'imitation ne saurait fonctionner et ceux où l'on ne peut pas « parler d'imitation au sens propre » comme quand il s'agit plutôt de « conditions de vie identiques » qui entraînent une « similitude d'action », et conclut que « l'imitation ne constitue pas des relations sociales en elle-même ; elle renforce les relations existantes, et les fait apparaître au grand jour » [7]. Il admet en outre que, aujourd'hui, la situation a sans doute changé et que « quelle que soit la désunion qui oppose les peuples sur le plan politique, ils tombent d'accord pour admirer un très petit nombre de personnages (vedettes du sport, du cinéma, etc.) » [8].

Si Quentin Bell essaie dans un premier temps de définir une « morale vestimentaire » qui nous fait dire qu'un vêtement est « correct », « bon », « irréprochable », « impeccable », selon les personnes et les contextes, il

considère toutefois que « tout habillement à la mode est dans une certaine mesure somptueux » [9] et est amené, par suite, à reprendre les idées de Veblen quant à la fonction du vêtement. Il montre en effet que, « la manifestation du pouvoir d'achat [étant] la forme la plus simple de la somptuosité » [10], le vêtement à la mode se doit d'exprimer indirectement la richesse et que, dès lors, il se trouve pris dans une consommation ostentatoire, est l'expression du loisir ostentatoire et à l'occasion, peut être, l'objet d'un gaspillage ostentatoire. À ces trois concepts vebléniens, Bell en ajoute un quatrième, celui de l'excès ostentatoire, qui peut provoquer le scandale en prenant le plus souvent la forme d'un défi à la pudeur [11]. Bell s'attarde ensuite sur la nature même de la mode qui est de perpétuellement changer, de modifier notre vision des corps et, par conséquent, nos conceptions de la beauté. Il dresse ensuite la liste des théories à même d'expliquer la nature fondamentalement changeante de la mode, de celles qui l'expliquent par l'action de quelques individus à celles qui font intervenir une puissance supérieure en passant par celles qui considèrent la mode comme une émanation de la nature humaine ou comme le reflet de grands événements politiques ou spirituels [12]. Mais toutes ces théories s'avèrent insatisfaisantes, et quand il s'agit de comprendre le fonctionnement de la mode, c'est à nouveau du côté de Veblen que Bell préfère se tourner. « Le ressort de la mode est le processus d'émulation, explique-t-il, par lequel les membres d'une classe imitent la mode d'une autre classe. » [13] Mais pour que ce processus d'émulation puisse être effectif, il faut une société dans

laquelle « le luxe qu'est le costume somptueux » [14] est ouvert à plus d'une classe et que la classe supérieure soit sans cesse remise en cause en tant que telle par les autres classes, en particulier par la classe moyenne, « en d'autres termes, une société qui donne naissance à des modes changeantes doit elle-même être une société qui change » [15]. Un événement historique comme la Révolution, qui rompt l'acceptation de la hiérarchie sociale dont est tributaire l'émulation, de même que la consommation indirecte (le fait de manifester sa somptuosité par l'entremise d'un tiers), semble pouvoir constituer une exception à ce fonctionnement de la mode. Mais quand on l'étudie avec plus d'attention, il ne fait au demeurant que le confirmer. Cette idée d'émulation suscitée par l'existence de classes sociales qui se transforment sans cesse permet à Quentin Bell de pronostiquer la fin de la mode, car les classes sociales sont sur le point de disparaître dans les sociétés contemporaines du monde occidental et émerge une catégorie sociale particulière – la jeunesse – qui remet la mode fondamentalement en question.

II. La dimension psychosociale

Dans son étude intitulée Psychosociologie de la mode de 1979, Marc-Alain Descamps part lui aussi de la constatation que, quand on parle de mode, c'est le plus généralement de mode vestimentaire dont il est question

: « L'objet électif de la mode est le vêtement. » [16] Il s'emploie à distinguer avec force la mode vestimentaire, à laquelle il consacre la plus grande partie de ses développements et de son livre, des autres modes qu'il étudie plus brièvement – il s'agit d'ailleurs si l'on excepte « les objets de l'habitat » d'éléments liés directement au vêtement comme les accessoires (chaussures, lunettes, sacs, etc.), ou indirectement comme la coiffure ou le maquillage.

Il cherche tout d'abord à décrire le mécanisme de mode, pour pouvoir ensuite « déterminer ses facteurs, ses premières lois, ses rôles et surtout son sens » [17]. Ce mécanisme, c'est par une suite de définitions qu'il tente essentiellement de le cerner. Il examine successivement les cinq degrés qui vont « du sens le plus extensif au plus intensif » [18] : la mode comme diffusion secondaire (1^{er} degré) qui est celle « d'acquisitions culturelles durables et définitives » [19], la mode comme diffusion soudaine sans justification utilitaire valable (2^e degré), la mode comme diffusion soudaine sans raison et éphémère (3^e degré), celle des engouements, la mode comme « suite ininterrompue et lente de diffusions soudaines, sans raison et éphémères » [20] (4^e degré) ; pour en arriver à la définition suivante (5^e degré) : « la mode est une suite ininterrompue et rapide de diffusions soudaines, sans autre raison qu'elle-même et de nature éphémère » [21] qui est celle de la mode vestimentaire et qu'il convient peut-être d'écrire ainsi : la Mode.

Puis, à partir d'une analyse structurale de la mode où il

s'attarde sur douze vecteurs – la valeur, le sexe, le changement, la norme, la société, la lutte des classes, la politique, l'économie, l'industrie, le commerce, l'inspiration et la représentation –, il en arrive à la conclusion que « la mode doit être comprise comme phénomène social global » [22], mais que sa réalité est « une réalité complexe qui est le résultat de tout un ensemble de facteurs » [23]. Que ses motivations soient individuelles (désir de renouveler son apparence, volonté d'attirer l'attention, de se parer sexuellement, etc.) ou sociales (manifester son appartenance à un groupe par rapport à un autre groupe, sa position par rapport à l'ordre établi, ses opinions politiques, religieuses, etc.), elle apparaît comme « un phénomène surdéterminé qui exprime à la fois l'individu, la société, l'inconscient et a une évolution autonome propre » [24].

C'est en se plaçant dans cette perspective que Descamps entreprend dans la seconde partie de son ouvrage l'étude de la mode vestimentaire. Elle se scinde en une étude matérielle et une étude de l'influence culturelle. La première s'attarde sur les matériaux, les tissus, la couleur, et cherche à évaluer leurs implications psychologiques et sociales. La seconde, en se donnant pour objet d'étude le sport, la femme et les jeunes, analyse successivement l'influence du sport sur la mode, les évolutions récentes du vêtement féminin (la minijupe, les collants et le pantalon) et leur signification, enfin, la fonction essentielle de la mode pour les jeunes dont elle est « le terrain privilégié dans lequel peut se manifester leur personnalité, et peut-être où elle se construit » [25].

La combinatoire de ces deux éléments – les matières et l'influence culturelle – permet de comprendre les différentes directions que prend la mode selon les époques.

III. Un système ordonné et endogène

L'anthropologue américain Alfred L. Kroeber s'est livré au début du ^{xx}^e siècle à de larges études quantitatives sur la mode dont il a publié les résultats en 1919 dans des articles de *American Anthropologist* (« On the principle of order in civilization as exemplified by changes of fashion » [Du principe d'ordre dans la civilisation au travers des évolutions de la mode]) et en 1940, avec Richardson, de *Anthropological Records* (« Three centuries of women's dress fashion: A quantitative analysis » [Trois siècles de mode féminine : une analyse quantitative]). Il tire de ces études menées sur des milliers de gravures de mode de 1749 à 1936, par exemple pour ce qui concerne la longueur des jupes, que l'amplitude des variations est d'environ un demi-siècle. Pour ce qui concerne l'ampleur des robes, le minimum est atteint en 1811 et 1926, tandis que le maximum est offert en 1749 et 1860. En multipliant les observations de cet ordre (la largeur et la hauteur de la taille ou la largeur et la profondeur du décolleté), il finit par mettre en évidence des grandes vagues et des oscillations plus faibles qui ne remettent pas en question, dès qu'on prend un peu de recul temporel, la tendance

générale ; et il parvient à la conclusion que la mode obéit à des cycles, complètement indépendants de l'histoire et de la société et que, par conséquent, son évolution est une évolution autarcique.

Cette thèse a été souvent débattue, contestée par beaucoup. Descamps trouve d'ailleurs bien des faiblesses « dans le recueil du corpus, les méthodes de mesure et la pertinence des différences » [26]. Il reste que, sans être aussi systématique que Kroeber, bien des auteurs penchent en faveur de l'idée d'une mode, système ordonné et endogène. C'est le cas de König et de Descamps lui-même, auxquels il faudrait ajouter l'historien britannique James Laver.

König consacre de longs développements aux études de Kroeber et, en se recommandant d'elles, refuse aussi qu'un événement historique, quel qu'il soit : révolutions, guerres, instabilités sociale et culturelle, puisse venir infléchir le cours de la mode. « Les transformations relevant de la mode, remarque-t-il, ont ceci de particulier que deux règles sont en vigueur : à la fois respecter la coutume observée jusque-là, et considérée comme obligatoire, et ne pas la respecter, mais s'en écarter. Dans tous les autres domaines, seule la première règle existe. » [27] Et il arrive à la conclusion que, bien plutôt que de subir l'histoire, tout au contraire « la mode, ce système original de régulation, devient l'un des moteurs de l'évolution sociale » [28]. Si Descamps voit dans la mode un ensemble extrêmement complexe qui obéit à de nombreux facteurs, il n'est pas sans accorder une attention particulière à une approche a-historique dont il

trouve chez Jean Baudrillard les bases et les balbutiements. Et, en bout de course, il est amené à privilégier cette hypothèse d'une évolution autonome en en faisant un élément central de la définition qu'il donne de la mode. Quant à James Laver, qui a pu étudier l'évolution du vêtement depuis l'Antiquité jusqu'à nos jours dans Histoire de la mode et du costume, il ne rend pas certes la mode indépendante de l'histoire et de la société, mais il conclut qu'elle apparaît comme un cycle social transhistorique.

La sociologie, quand elle se donne la mode comme objet particulier – peut-être parce qu'elle se donne la mode comme objet particulier –, manifeste, on le voit, une certaine tendance à faire de son histoire une histoire autonome ou en tout cas une histoire aux éléments constitutifs si complexes qu'elle ne saurait relever directement des mutations sociales de l'histoire en général. Et, par conséquent, elle tend à l'ériger en système largement fermé sur lui-même.

Notes

[1] Trad. franç., Sociologie de la mode, Paris, Payot, 1969.

[2] Trad. franç., Mode et société. Essai sur la sociologie du vêtement, Paris, puf, 1992.

[3] R. König , Sociologie de la mode, Paris, Payot, 1969, p. 60.

[4] Ibid., p. 85.

[5] Ibid., p. 72.

- [6] Ibid., p. 87.
- [7] Ibid., p. 92.
- [8] Ibid., p. 93.
- [9] Q. Bell , Mode et société. Essai sur la sociologie du vêtement, Paris, puf, 1992, p. 29.
- [10] Ibid., p. 33.
- [11] Ibid., p. 48.
- [12] Ibid., p. 95.
- [13] Ibid., p. 120.
- [14] Ibid.
- [15] Ibid.
- [16] M.-A. Descamps , Psychosociologie de la mode, Paris, puf, 1979, p. 12.
- [17] Ibid.
- [18] Ibid., p. 13.
- [19] Ibid., p. 17.
- [20] Ibid., p. 15.
- [21] Ibid., p. 16.
- [22] Ibid., p. 59.
- [23] Ibid., p. 60.
- [24] Ibid., p. 61.
- [25] Ibid., p. 173.
- [26] Psychosociologie de la mode, p. 59.
- [27] Sociologie de la mode, p. 21-22.
- [28] Ibid., p. 22.

Chapitre VI

En marge de la sociologie de la mode

I. Un système sémiologique fermé

C'est d'une manière souvent indirecte, c'est-à-dire par le biais d'autres disciplines, qu'une sociologie de la mode a pu également commencer à s'affirmer. Une de ces disciplines est incontestablement la sémiologie générale, issue du bouleversement des sciences humaines dans les années 1960, et à laquelle on doit un des ouvrages les plus connus sur le sujet : Roland Barthes applique dans *Système de la mode*, son essai de 1967, la démarche sémiologique au vêtement.

Bien qu'il admette volontiers qu'une sociologie de la mode, qui est un « objet sociologique privilégié », reste sans doute à faire, Barthes entend se placer d'emblée dans une perspective tout à fait différente : « La sociologie de la Mode [...] part d'un modèle, à l'origine imaginé [...] et en suit l'accomplissement à travers une série de vêtements réels [...] ; elle cherche donc à systématiser

des conduites, qu'elle peut mettre en rapport avec des conditions sociales, des niveaux de vie et des rôles. La sémiologie ne suit pas du tout le même chemin ; elle décrit un vêtement qui reste de bout en bout imaginaire, ou si l'on préfère, purement intellectif ; elle ne conduit pas à reconnaître des pratiques, mais des images. La sociologie de la Mode est tout entière tournée vers le vêtement réel ; la sémiologie vers un ensemble de représentations collectives. » [1] Dès lors, il distingue trois vêtements différents : le vêtement-image, qui est « photographié ou dessiné » [2], le vêtement-écrit, qui est « décrit, transformé en langage » [3], et le vêtement réel que les deux premiers représentent chacun à leur façon, et il remarque que la translation du réel à l'image s'effectue par le patron de couture, celle du réel au langage par ce qu'on « pourrait appeler la recette ou le programme de couture » [4], celle, enfin, de l'image au langage, d'une façon plus elliptique, par « les anaphoriques de la langue, donnés soit sous le degré plein ("ce" tailleur, "la" robe en shetland) soit sous le degré zéro (rose piquée dans la ceinture) » [5]. Mais c'est sur le vêtement-écrit et sur le vêtement-écrit seulement qu'il entend faire porter son analyse et, pour cela, il choisit de travailler à partir des descriptions de la presse données essentiellement dans deux journaux de mode français : Elle et le Jardin des Modes.

Les informations transmises par la description de mode « sont par définition celles-là même que la photographie et le dessin ne peuvent transmettre » [6] et Barthes lui trouve comme fonctions celle d'immobilisation des

niveaux de perception sur un point précis du vêtement, celle de connaissance qui donne des renseignements que la photographie ne donne pas ou donne mal, et celle d'emphase par laquelle se trouvent redoublés des éléments déjà bien visibles sur la photographie, avec pour finalité globale de se renvoyer à elle-même et de ne jamais dire autre chose que la Mode. Si le vêtement-écrit coïncide dans sa forme descriptive avec la Mode, quand on analyse ses énoncés, on s'aperçoit qu'ils comportent obligatoirement deux termes. Soit deux termes explicites : le vêtement et le monde, qui instituent une fonction du premier par rapport au second comme dans la phrase les imprimés triomphent aux Courses, soit un terme explicite : le vêtement, et un terme implicite : la mode, si le journal se contente de décrire le vêtement et que le premier renvoie donc automatiquement à la seconde.

En s'appuyant sur certaines des recherches menées en linguistique par Hjelmslev, Barthes est amené à distinguer ensuite plusieurs systèmes dans chaque forme d'énoncé considéré. Dans le cas des énoncés à signifié explicite comme les imprimés triomphent aux Courses, coexistent quatre systèmes : le code vestimentaire réel qui met en équivalence le vêtement réel et le monde réel (imprimés et Courses) ; le code vestimentaire écrit ou système terminologique dont « le signifiant n'est plus les imprimés (comme dans le système 1) mais l'ensemble des substances phoniques (ici : graphiques) nécessaires à l'énoncé, et que l'on appelle phrase » et dont « le signifié n'est plus les Courses, mais l'ensemble des concepts, actualisés par

la phrase, et qu'on appelle proposition » [7] ; la connotation de mode qui fait que l'équivalence vêtement et monde (imprimés et Courses) renvoie implicitement à la Mode ; enfin, le système rhétorique, puisqu'il est question de triompher de, « on se trouve en présence d'un nouveau signe typique, dont le signifiant est l'énoncé de Mode sous sa forme complète, et dont le signifié est la représentation que le journal se fait ou veut donner du monde et de la Mode » [8]. Dans le cas des énoncés dont le signifié implicite est la Mode, le troisième système, la connotation de Mode, n'a évidemment plus de raison d'être et, en conséquence, ils ne sont caractérisés que par les trois autres systèmes. Après avoir discuté l'autonomie des quatre systèmes : très importante pour le système rhétorique, nulle pour la connotation de Mode et seulement théorique pour le code vestimentaire écrit et le code vestimentaire réel, puis après avoir analysé les possibilités de transformation du rhétorique au terminologique et du terminologique au code vestimentaire jusqu'à atteindre une pseudo-syntaxe qui est aussi un code pseudo-réel, Barthes en vient à définir les deux inventaires sur lesquels repose son étude : « celui du code vestimentaire pseudo-réel ou plus simplement code vestimentaire et celui du système rhétorique » [9]

L'analyse très précise du vêtement-écrit qu'il mène successivement pour le code vestimentaire et pour le système rhétorique au niveau du signifiant, du signifié et du signe, conduit Barthes à un certain nombre de constats. Ces constats sont de deux ordres. Ils touchent

au système de la mode en général, d'une part et aux ensembles plus particulièrement étudiés, d'autre part.

En se concentrant exclusivement sur le vêtement-écrit, il ne fait que rendre compte, estime-t-il, de l'importance des magazines de mode qui ont « modifié le phénomène de la mode », « déplacé son sens sociologique » et qui en ont fait « un objet culturel autonome » [10]. Or ce qui est nouveau, c'est que, « aux fonctions sociales, reconnues d'ordinaire à la Mode vestimentaire, se substituent ou s'ajoutent d'autres fonctions, analogues à celles de toute la littérature, et que l'on peut résumer d'un mot en disant qu'à travers la langue qui la prend désormais en charge, la Mode devient récit » [11]. Ce récit, toutefois, est particulier, dans la mesure où il ne signifie pas de la même façon qu'un autre système de signes, la littérature par exemple : « Son pouvoir devient si autonome qu'il peut agir à distance et pour finir évaporer la substance elle-même : ce n'est pas la cape qui signifie, c'est son affirmation : le sens nie toute valeur intrinsèque aux substances. » [12] Cette dénégation que Barthes considère comme « peut-être la fonction la plus profonde du système de la Mode » [13] fait que celle-ci apparaît « essentiellement – et c'est la définition finale de son économie – comme un système de signifiants, une activité classificatrice, un ordre bien plus sémiologique que sémantique » [14].

À l'intérieur du système général de la mode se rencontrent cependant des situations contrastées. Alors que, dans l'ensemble où le signifié explicite des traits vestimentaires est le monde, la Mode « participe

indirectement à un système ouvert », dans l'ensemble où le signifié implicite est la Mode elle-même, elle « participe directement à un système fermé sur ses signifiants » [15]. Dans le premier cas, l'ouverture au monde provient du fait que les signifiés sont nommés, que la Mode est seulement connotée et que « mode et signifiés sont organisés par la rhétorique et forment une représentation du monde » [16]. Mais, puisque la Mode « est entraînée » à « supporter » alors le monde et participe donc à « une certaine conversion du réel » [17], cette ouverture au monde ne débouche jamais que sur l'aliénation idéologique ou sur une forme d'utopie. Dans le second cas, la Mode peut être comparée à la logique formelle : « Comme la logique, la Mode est définie par la variation infinie d'une même tautologie ; comme la logique, la mode cherche des équivalences, des validités, non des vérités ; comme la logique enfin, la Mode est dénuée de contenu, mais non de sens. Sorte de machine à entretenir le sens sans jamais le fixer, elle est sans cesse un sens déçu, mais elle est toujours un sens : sans contenu, elle devient alors le spectacle que les hommes se donnent à eux-mêmes du pouvoir qu'ils ont de faire signifier l'insignifiant. » [18]

De ce double système de la mode, Barthes ne manque pas de tirer quelques considérations sociologiques, au demeurant assez attendues. Le « système sémantique parfait », qu'est le « système fermé vide et réflexif », débarrassé de toute substance idéologique qui est celui de la Mode pure [19] lui semble plutôt se trouver dans la presse plus « aristocratique » tandis que le système qui

n'a pu s'ouvrir au monde qu'au prix d'une aliénation ou de la fuite dans l'utopie semble être le fait d'une presse plus populaire qui « pratique une mode naturalisée, riche en fonctions-signes » [20]. Et il rapporte cette oscillation à une situation historique : la Mode est un modèle aristocratique mais qui tend à devenir un phénomène de masse en étant consommée à travers une presse à grand tirage, et au compromis sur laquelle la Mode repose désormais : convoquer le modèle aristocratique (par le spectacle luxueux des défilés par exemple), mais, en même temps, représenter le monde de ses consommateurs (en leur proposant des règles de conduite).

II. Une perspective féministe

Dans les disciplines qui, en marge de la sociologie proprement dite, proposent une perspective sociologique sur la mode figure aussi, outre la sémiologie, l'histoire de l'art, celle-ci offrant traditionnellement dans les universités britanniques et américaines des cours sur la mode. Cette perspective tient le plus souvent alors ses origines dans une reconsidération féministe qui, en s'inscrivant le cadre d'une histoire sexuée, ouvre sur des analyses neuves. Elle est le fait d'un certain nombre de chercheurs, femmes et américaines principalement, qui, loin de considérer cette fois la mode comme un système fermé, en font une voie d'accès privilégiée à l'étude des

relations entre les sexes et au rapport des sociétés à la sexualité. Parmi les assez nombreux auteurs qui se placent dans ce courant, il est possible d'en retenir deux, plus particulièrement significatifs : Anne Hollander qui montre que l'histoire du vêtement est illustratif de l'histoire des rapports homme-femme ; et Valerie Steele qui interroge les rapports de la mode à la sexualité et au pouvoir.

Après avoir cherché tout d'abord à savoir ce que pouvaient révéler les vêtements [21], Anne Hollander applique ses idées en s'attardant sur le costume masculin dans *Sex and Suits. The Evolution of Modern Dress* en 1994. Elle considère que les premiers développements de ce que nous connaissons aujourd'hui comme le complet-veston de l'homme coïncide avec le désir des hommes de la nouvelle classe supérieure d'être à l'aise dans leurs vêtements [22]. Ce désir, les hommes ne l'appliqueront pas aux femmes et, par un long processus qui traversera le xviii^e siècle, l'habit masculin se simplifiera et gagnera en sobriété, alors que les tenues féminines n'évolueront pas ou peu et resteront marquées par la fantaisie. Dans ce parcours qui l'amène vers une plus grande fonctionnalité, le costume masculin est servi, au début du xix^e siècle, par des progrès techniques et par l'influence de l'esthétique néoclassique qui, contrairement à ce que l'on a pris l'habitude de croire, est plus importante sur lui, qu'elle rapproche du corps sans contraindre ce dernier, que sur la robe drapée avec la taille haute [23]. Faute d'avoir un habit comme celui de l'homme, de plus bien vite uniforme du pouvoir officiel, la

femme reste dans un rôle subalterne. Anne Hollander estime dès lors que toute l'histoire de la mode se confond avec celle de l'émancipation des femmes. Et de décrire l'évolution du vêtement féminin depuis Worth jusqu'à aujourd'hui, en passant par Paul Poiret, Coco Chanel et Yves Saint Laurent, à la recherche d'un équivalent du fonctionnel costume masculin. À la fin de son itinéraire, au-delà d'un vêtement qui est l'enjeu d'un pouvoir, elle n'oublie pas d'insister sur la sexualité qui lui est toujours liée.

C'est précisément la relation de la mode à la sexualité et au pouvoir qu'interroge pour sa part Valerie Steele. Déjà en 1985, avec *Fashion and Eroticism*, puis en 1989 avec l'ouvrage écrit en collaboration avec C. B. Kidwell, *Men and Woman. Dressing the Part*, elle avait largement abordé ces points. Mais avec *Fétiche. Mode, sexe et pouvoir*, c'est plus directement et plus particulièrement, à travers le fétichisme, qu'elle les développe. Elle part de la constatation que, depuis une dizaine d'années, certains créateurs de mode, et souvent les plus importants, tirent leur inspiration des perversions sexuelles et que les vêtements qui ne se trouvaient autrefois que dans des boutiques « spécialisées » se retrouvent dans les défilés de mode, puis dans la rue. Elle s'attarde, par suite, successivement sur toutes les principales composantes de cette mode fétichiste dont les premières manifestations remontent d'ailleurs plus avant dans le temps : les bottes et combinaisons de cuir liées au sadomasochisme qui apparaissent dès les années 1970, le corset qui a effectué récemment un retour, les

chaussures et particulièrement les talons aiguilles, la lingerie qui désormais se porte en vêtement de dessus, ou encore les vêtements moulants en latex. Valerie Steele souligne que la mode et peut-être plus précisément la photographie de mode ont été importantes dans le débat ouvert par les féministes sur le sexe et la pornographie dans les années 1970 et elle rappelle que « le féminisme orthodoxe a dénoncé la manière dont mode “chosifiait” la femme – les critiques les plus violentes s’adressant aux photographes et aux modes les plus ouvertement érotiques » [24]. Mais elle reconnaît que le débat doit être posé actuellement en d’autres termes. En effet, si on peut éprouver un certain malaise devant la mode fétichiste, comme d’ailleurs devant n’importe quelle forme d’art qui met en scène des « perversions », beaucoup de femmes aussi sont attirées par cette mode et cela « a peut-être à voir avec leur désir de s’affirmer comme des sujets sexuels autonomes » [25]. Et Valerie Steele de citer une journaliste de mode Sarah Mower qui estimait que les femmes doivent se servir « de leur sexualité comme d’une arme » et qui légitimait ainsi une mode qui joue sur les propensions fétichistes des hommes. La mode serait alors une voie d’accès de la femme au pouvoir. La méfiance dans laquelle elle a souvent été tenue dans le passé par les hommes au pouvoir pourrait, de fait, apporter quelque crédit à cette idée. En outre, au-delà de la question du pouvoir, la mode fétichiste a une charge érotique importante, car remarque Steele en convoquant tout à la fois Herbert Marcuse et Sigmund Freud : « Tout ce qui est défendu est érotisé. » [26]

L'apport de cette perspective « féministe » ou en tout cas féminine sur la mode est loin d'être négligeable. Tout d'abord, elle donne à celles qui, jusqu'alors avaient été les principales concernées par le phénomène de la mode vestimentaire, mais étaient restées à l'écart de son interprétation, le plus souvent assurée par les hommes, la possibilité de s'exprimer et d'apporter une vision qui, pour être sans doute moins distanciée, a l'avantage de saisir le phénomène de l'intérieur. Ensuite, elle a le mérite de replacer le vêtement au centre même du social et, plus particulièrement, au centre du débat sur les sexes et la sexualité. Le vêtement, écrit Anne Hollander à la fin de son essai, « ne définit pas seulement les différences entre les corps de l'homme et de la femme, mais il décrit une relation sexuelle qui a une vie changeante selon les temps. La signification sociale est dépendante de la signification sexuelle, parce que le sexuel est ce qui donne à la forme sa force, son pouvoir d'avoir justement une signification sociale » [27]. Valérie Steele donne à la mode un sens psychosocial très important, puisque, non seulement elle considère que les ambivalences de la culture sont mises en relief par la mode (la tension entre le masculin et le féminin, la jeunesse et la vieillesse, le conformisme et la rébellion), mais voit dans la mode la mise en scène de « notre propre malaise devant l'effacement des frontières entre "normal" et "pervers" » [28].

Ce discours de femmes sur la mode, même s'il reste encore, dans ses diverses réalisations, spontané et fragmentaire et ne s'est pas encore constitué en un

ensemble organisé, ouvre incontestablement des voies nouvelles. Il permet bien des reconsidérations, comme par exemple, celle proposée par Jennifer Craik dans *The Face of Fashion : Cultural Studies in Fashion* (1994), ou encore comme celle du dandysme, engagée dans un ouvrage collectif récent : *Dandies. Fashion and Finesse in Art and Culture* (2001). Mais, il a échoué jusqu'à présent à formuler une perspective vraiment convaincante, à l'instar au demeurant de toutes les tentatives qui se sont succédé avant lui, des ouvrages de Bell, König ou Descamps à la somme sémiologique de Barthes.

C'est faute, à l'évidence, d'avoir effectué le renversement philosophique nécessaire. Car, développer une sociologie de la mode implique tout d'abord de poser le vêtement non plus comme élément second, accessoire, mais comme élément premier, fondateur, déterminant les comportements individuels comme les structures sociales. Cette démarche ne saurait être dès lors celle d'une sociologie positiviste qui, travaillant à partir de statistiques et d'une observation quantitative, chercherait à saisir directement les relations qu'entretient l'homme contemporain avec le vêtement. Elle est, bien plutôt, celle d'une sociologie de l'imaginaire et des représentations, qui considère que c'est aussi et surtout indirectement, par l'intermédiaire de l'imaginaire et non directement par la réalité vécue, que sont déterminées nos relations au vêtement.

Notes

- [1] R. Barthes , *Système de la mode*, Paris, Le Seuil, 1967, p. 19-20.
- [2] Ibid., p. 13.
- [3] Ibid.
- [4] Ibid., p. 16.
- [5] Ibid., p. 17.
- [6] Ibid., p. 23.
- [7] Ibid., p. 45-46.
- [8] Ibid., p. 47.
- [9] Ibid., p. 62.
- [10] Ibid., p. 277.
- [11] Ibid.
- [12] Ibid., p. 279.
- [13] Ibid.
- [14] Ibid., p. 280.
- [15] Ibid., p. 281.
- [16] Ibid.
- [17] Ibid.
- [18] Ibid., p. 287.
- [19] Ibid., p. 289-290.
- [20] Ibid.
- [21] *Seeing through Clothes*, 1978.
- [22] A. Hollander , *Sex and Suits. The Evolution of Modern Dress*, New York, Kodansha International, 1994, p. 64.
- [23] Ibid., p. 103.
- [24] *Fétiche, Mode, sexe et pouvoir* , trad. franç., Paris, Abbeville Press, 1997, p. 45.
- [25] Ibid., p. 160.
- [26] Ibid., p. 186.
- [27] *Sex and Suits*, p. 196.
- [28] *Fétiche*, p. 187.

Reconsidérations

Chapitre VII

La mode comme anticipation et figuration sociales

I. Modèles

Poser le vêtement non plus comme élément second, accessoire, mais comme élément premier, fondateur, déterminant les comportements individuels comme les structures sociales, implique les prises de position suivantes. Tout d'abord, il importe de considérer que nos comportements sont déterminés par lui, puis, position encore plus iconoclaste, que non seulement il ne suit pas l'histoire mais qu'il la précède et que c'est peut-être même en parlant chiffon que commence tout changement social d'importance.

On peut trouver à ces prises de position quelques fondements d'ordre anthropologique. L'acte de se vêtir, parce qu'il est ce « signe qui sépare l'homme de l'animal » dont parlait Condorcet, a un caractère fondateur, mais aussi parce qu'il apparaît, au même titre que la sexualité et l'alimentation par exemple, comme une activité

fondamentale de l'être humain décisive dans l'instauration de tout processus de socialisation, semble devoir échapper à toute tentative de rationalisation et, par conséquent, relever du domaine du symbolique et de l'imaginaire. On rappellera que, dans les sociétés anciennes, les valeurs fonctionnelles et les valeurs symboliques du vêtement coïncident. Par suite, l'on peut considérer à bon droit que le vêtement, non seulement fait partie de l'inventaire anthropologique que la mythanalyse, telle que Gilbert Durand a pu la mettre en place, se donne pour objet, mais qu'il en constitue un élément privilégié. Si l'on estime, avec l'anthropologue français, que ce n'est pas l'histoire qui est le module du mythe mais « le mythe qui est le module de l'histoire » [1], que ce n'est pas l'histoire qui rend compte du mythe mais, au contraire, le mythe qui est à l'origine de la pensée historienne, il va alors de soi que son impact sur l'histoire n'est pas mince.

C'est également par un renversement de toute une tradition philosophique qu'on peut, plus particulièrement, fonder cette primauté du vêtement. La pensée occidentale, de même qu'elle a cherché « sous le corps l'âme (logique religieuse) ; sous les superstructures l'infrastructure économique (logique marxiste, mais pas seulement), sous le manifeste du langage et des comportements, l'inconscient (logique freudienne) » [2], elle a cherché l'essence sous le paraître et décrété que « l'habit ne fait pas le moine ». Or, contrairement, par exemple, à un Bourdieu qui, à l'évidence, s'inscrit encore dans cette tradition, il semble possible de reconsidérer le

proverbe pour voir dans le vêtement, non pas une apparence accessoire et souvent trompeuse, mais un modèle social déterminant des comportements et des manières d'être et, d'une manière plus générale, dans la mode ou les modes, avec Patrice Bollon, « comme une sorte de "pensée sauvage" du social » [3]. En se plaçant dans la perspective inaugurée sur le mode du paradoxe par Oscar Wilde à la fin du siècle dernier, dans *The Decay of Lying*, on peut de fait s'accorder à penser que la fonction de l'art n'est pas principalement, comme le voulait Aristote, d'imiter la nature, mais qu'elle est aussi, et surtout, de créer des modèles propres à informer le réel et à structurer le social. « Ce qui caractérise l'art et ce qui reste, ce sont les liaisons internes, les schèmes de pensée nécessairement élaborés par un petit nombre d'artistes et intégrés rapidement par un petit nombre de témoins dans leur propre expérience – qui par définition [...] n'est pas figurative. » [4] Toutefois, parce que cette schématisation à laquelle procède l'art concerne l'acte créateur tout autant que les regards qu'il « captive » et l'expérience qu'il élabore, « l'art ne peut modeler l'expérience, que s'il transforme d'abord nos structures perceptives » [5]. En revanche, la mode, en s'inscrivant directement – et en n'existant vraiment que – sur le corps, fait l'économie du « regard transcendantal, lieu de la schématisation moyenne » [6]. Et puisque « l'efficacité du transcendantal n'est pas (comme dans le cas de l'art), abandonnée au caprice de l'œil, à sa distraction, sa fatigue, sa paresse, bref à la contingence » [7] c'est, dès lors, plus directement certes, mais surtout plus sûrement, qu'elle fournira des modèles.

Ces modèles, donc, que toute confection vestimentaire par essence propose, c'est à l'imitation qu'elle les impose. À une imitation que Tarde plaçait, dans *Les Lois de l'imitation*, au principe même de toute activité humaine et que Veblen, puis Simmel, ont appliquée plus particulièrement à l'habillement. Quelle que soit la façon dont on le conçoit, ce processus d'imitation passe, en outre, par un certain nombre d'intermédiaires à même de faciliter la construction d'un modèle et, par suite, de précipiter une évolution. Ainsi peut-on estimer, par exemple, que les périodiques de mode ont depuis longtemps cette fonction [8], mais c'est toutefois l'institution moderne du mannequin qui la remplit le mieux. En effet, si la mode a l'inconvénient de demander « un schème pour chaque chair, un maquillage pour chaque visage, une parure pour chaque nature » [9], cet inconvénient est en partie réduit par la médiation transcendantale que réinvente le mannequin, « ce modèle mobile ou ce tableau vivant, chargé de captiver les regards d'une saison, et qui y parvient d'autant mieux que les autres femmes [...] se sentent davantage complices d'une telle effigie, leur idée incarnée, elle-même relayée, reproduite, multipliée par la photographie » [10].

Cette fonction du vêtement, créer des modèles qui, une fois imités et reproduits, décident des représentations, dictent les comportements et anticipent les changements, s'exerce sur les grandes structures de la société et, c'est par conséquent d'une manière générale qu'elle peut être observée. Le vêtement « anticipe un état des choses à

venir, il fait comme si celui-ci existait déjà, et il teste sur lui un comportement de réponse : il simule sur lui un ordonnancement alternatif du social, dont il “prouve” la viabilité. Il aide ainsi à ce que se fasse jour une nouvelle mentalité qui, bientôt, devient la norme. Il se comporte [...] comme un de ces “modèles” logiques dont on use pour la prévision économique ou politique » [\[11\]](#). Sans doute, dans cette perspective, ne serait-il pas exagéré de considérer que l’uniformisation du vêtement au xix^e siècle est non seulement le résultat visible de l’abolition du système des ordres de l’Ancien Régime, mais qu’elle est au principe même de l’aspiration démocratique qui va si fortement caractériser le siècle. C’est parce que peu de différences subsistent désormais dans les manières de s’habiller que l’on aspire à supprimer les différences qui subsistent dans les manières d’être ensemble. Ce qu’anticipe l’uniformisation du vêtement, c’est certes une nouvelle réduction des différences sociales (entre les classes et non plus entre les ordres) mais en même temps, c’est aussi ce qui, loin de s’y opposer, va au contraire avec, l’affirmation des valeurs individualistes. Tout le long du xix^e siècle jusqu’à aujourd’hui, le vêtement parle de moins en moins du social et de plus en plus de style et de goût personnel. Il ne permet plus d’identifier un groupe social ou de définir un statut particulier mais invite bien plutôt à deviner le caractère d’un individu. De même en va-t-il pour cette nouvelle étape dans l’uniformisation vestimentaire qu’a permis plus récemment – en l’occurrence dans les années 1960 – l’apparition du prêt-à-porter qui, s’il popularise dans un premier temps les créations de la haute couture parisienne (aux États-Unis

en particulier), habille bientôt, dans ses différentes déclinaisons (luxe ou bon marché), la quasi-totalité des habitants des pays développés, des milliardaires aux moins riches, de sorte que « les dissemblances sociales en matière d'habillement sont devenues infimes » [12]. On peut considérer, de fait, que, loin d'être simplement un effet parmi d'autres d'une société de consommation qui réduit les écarts culturels et économiques, cette nouvelle uniformisation exprime aussi par avance des exigences toujours plus fortes de démocratie et de liberté. À cet égard, un vêtement comme le jean dont la grande consommation est contemporaine, dans le monde occidental, de l'apparition du prêt-à-porter, est exemplaire. À l'origine vêtement ouvrier américain, il est vite oublié en tant que tel, et son triomphe et son hégémonie ne signifient en rien le triomphe et l'hégémonie des masses laborieuses. Mais, pour la jeunesse tout d'abord puis, bien vite, pour une frange plus large de la population, il est le symbole d'une révolte et de la revendication d'une liberté individuelle qui trouve, par la suite, son expression tout aussi bien dans l'affirmation d'une identité personnelle que dans la vie publique.

L'étude d'un exemple particulier peut permettre toutefois de mieux comprendre cette fonction d'anticipation sociale du vêtement. Puisque « son costume tient lieu de modèle pour l'ensemble d'une société » [13], le dandy esquisse cette médiation transcendantale qu'accomplira plus tard le mannequin et, par suite, il n'est pas sans contribuer à mettre en place un certain nombre de représentations collectives. Ce que le dandy aide le plus évidemment à

imposer, ce sont les représentations de l'homosexualité qui se mettent en place dans la seconde partie du xix^e siècle. Michel Foucault souligne que « la catégorie psychologique, psychiatrique, médicale de l'homosexualité s'est constituée le jour où on l'a caractérisée moins par un type de relations sexuelles que par une certaine qualité de la sensibilité sexuelle, une certaine manière d'invertir en soi le masculin et le féminin » [14]. Or, la relation féminine que le dandy entretient avec le vêtement ne laisse pas d'apparaître comme un modèle, sinon exclusif du moins prédominant de cette inversion. Que, vers la fin du siècle, un alignement plus systématique du dandy sur le féminin dans son habillement aille de pair non seulement avec une expression de moins en moins censurée de l'homosexualité mais lui serve aussi, éventuellement, de support, ne peut que le confirmer. L'excentricité vestimentaire affichée par cette nouvelle espèce de dandy, l'esthète fin-de-siècle, qui fait l'emploi des couleurs, des tissus jusqu'alors réservés au costume féminin, a de fait souvent pour fonction de camoufler et d'exhiber tout à la fois une homosexualité qui commence à sortir de la clandestinité, voire de se donner clairement comme un signe d'identification sexuelle. En introduisant par le vêtement le féminin dans le masculin, l'esthète fin-de-siècle incarne dans les représentations collectives cette « sorte d'androgynie intérieure, d'hermaphrodisme de l'âme » [15], qui définit désormais en cette fin de xix^e siècle l'homosexuel.

II. Figures et images

Dans les sociétés traditionnelles, le tailleur a le plus souvent une fonction sociale importante et, à tout le moins, une valeur symbolique particulière. Tel n'est pas le cas, en revanche, de son successeur, le couturier. Dans les sociétés contemporaines d'Occident, ce dernier est doublement dévalué. Victime, d'une part, d'une esthétique qui distingue les beaux-arts des arts appliqués, l'art pur de l'art décoratif, les arts majeurs des arts mineurs, il n'est pas pleinement reconnu comme artiste. Mais tributaire, d'autre part, d'une éthique chrétienne qui, en distinguant le corps et l'âme, stipule que l'attention portée au corps est préjudiciable au salut de l'âme et, par suite, fait de tout ce qui touche à la parure une activité, sinon complètement superflue, en tout cas secondaire, le statut de marchand du couturier n'est pas mieux reconnu.

Cette absence de reconnaissance théorique ne manque pas cependant d'être très paradoxale. Car, au carrefour du monde de l'art et de celui de l'industrie, le couturier occupe en pratique, dans l'espace social occidental depuis la fin du ^{xix}^e siècle, une place de plus en plus importante. Et, aujourd'hui, quand un couturier réussit, sa notoriété en tant que créateur est sans commune mesure avec celle des plus célèbres parmi les autres créateurs ; et son chiffre d'affaires en tant qu'industriel n'a souvent rien à envier à celui de bien des entreprises industrielles jugées plus fondamentales. Mais, au-delà de cette position intermédiaire qui le met sur le devant de la

scène, c'est, plus fondamentalement encore, à sa capacité à créer des modèles (dans tous les sens, particuliers et généraux, du terme) qu'il doit son importance sociale.

Certains invoqueront sans doute le fait que la haute couture, partie la plus prestigieuse de la création vestimentaire, dans laquelle a évolué prioritairement jusqu'alors le couturier, a une clientèle (quelques petites centaines de personnes dans le monde, pour la plupart des grandes maisons) et même un public par trop limités pour qu'elle puisse être sérieusement susceptible de fournir ces modèles. On objectera tout d'abord que la constitution de quelque objet que ce soit en modèle n'est jamais vraiment fonction de l'importance de son public initial mais, tout au contraire, de la supériorité attribuée dans le domaine en question à celui qui le possède, ce qui expliquerait que, par essence, la haute couture, destinée à une catégorie de personnes favorisées par la naissance, l'argent, la renommée ou la beauté et enviées pour cela (princes, acteurs, chanteurs, etc.), a toujours eu pour vocation d'être imitée.

S'il est vrai que le public de la haute couture est initialement limité, du fait des relais de la photographie de mode, de la télévision et du cinéma dont elle dispose désormais, elle peut fort bien imposer ses modèles au plus grand nombre. Outre la représentation directe de ses défilés devenus spectacles à part entière – dans les magazines et sur le petit écran – c'est également une représentation plus indirecte que permettent ces relais : on sait, par exemple, que les costumes de cinéma, de

théâtre, de ballet sont bien souvent l'occasion pour un couturier d'exprimer son talent, ou que ceux de tel chanteur, de tel présentateur d'émission de télévision servent à promouvoir sa marque. Enfin, désormais, le débat ne peut même plus se tenir dans les termes où il a été posé. Depuis les années 1960 au moins, l'unicité artisanale de la haute couture a trouvé son prolongement dans la reproduction industrielle en série du prêt-à-porter, fût-il de luxe.

L'objection inverse, que, si modèles il doit y avoir, ceux-ci ne verraient plus désormais le jour dans les studios de création des grands couturiers mais spontanément dans la rue, apparaît comme plus forte encore. Pourtant, elle ne peut être considérée non plus comme entièrement recevable. Non qu'aucune création vestimentaire ne puisse naître de la rue, mais parce que, à l'évidence, ce qui naît dans la rue, fruit d'une révolte individuelle ou, le plus souvent, création qui marque l'identité de groupes multiples se réclamant de différentes formes de contre-culture ou de sous-culture, ne peut jamais être, par définition, modèle à l'état brut. Il faut la médiation du couturier pour que les vêtements qui caractérisent ces groupes et dont il s'inspire puissent devenir modèles, offerts à l'imitation des masses. Cette médiation doit s'effectuer par une triple opération de transposition, d'adaptation et d'épuration, et tenir compte des habitudes et des contraintes tout autant que de la volonté de rupture.

Les évolutions récentes de la création vestimentaire et de ce qui l'entoure, ainsi que l'observation de la dialectique qui se tisse entre la rue et les ateliers, ne peuvent que

rendre sensible à la capacité du couturier à créer des modèles. Mais l'importance sociale du couturier – ou de celui que d'aucuns se plaisent à appeler aujourd'hui le « créateur » – est d'autant plus grande que la création vestimentaire s'inscrit dans un processus qu'on pourrait presque être tenté de définir comme collectif, cela beaucoup plus évidemment que n'importe quelle autre création contemporaine et sans même invoquer le fait que la mise en place d'une collection est un travail d'équipe. Loin, en effet, de ne proposer qu'une pluralité de modèles, elle résume tous ces modèles dans un modèle plus vaste, ou du moins dans un nombre réduit de modèles qui permettent, mieux que toute autre chose, d'identifier une époque au premier regard. Obéissant à un mystérieux « air du temps », les couturiers, sans renier nécessairement leur particularité, convergent tous vers une tendance commune, ainsi qu'il a été souvent signalé.

Cet état de fait, non seulement appelle de lui-même une approche sociologique, et s'il était besoin la justifierait, mais donne l'imaginaire du vêtement et de la mode comme une voie d'accès hautement privilégiée aux mouvements et tensions divers qui, souterrainement, agitent une époque donnée, déterminent son ambiance et lui fournissent un style. La mode est peut-être frivole, mais alors, cette frivolité n'est pas sans vertu car elle figure – mieux, préfigure – l'état de la société.

Les images, en Occident, ont souffert jusqu'à une date récente d'une certaine défiance. Si l'on peut discuter le sens exact et la portée de cette défiance, on s'accorde le

plus généralement pour la faire remonter à l'aristotélisme médiéval issu d'Averroès qui, en faisant « l'apologie de la "pensée directe" contre tous les prestiges de la pensée indirecte » [16], provoque la disparition presque totale du mundus imaginalis et de ses intermédiaires, ainsi que de l'imagination active, et inaugure une tradition philosophique fondée sur le rationalisme.

Cette tradition philosophique tour à tour dénoncera le caractère faux ou surtout dissimulateur de l'image et stigmatisera l'emprise qu'exercent sur elle les sens et les passions. Reprenant une critique déjà émise par Platon qui distingue entre « l'image qui renvoie directement à son référent, critère de vérité et de valeur, et l'image qui simule la conformité, la convenance, l'adéquation mais sans les réaliser » [17], on insiste, à la Renaissance et à l'âge classique, comme Malebranche ou Pascal sur « cette propriété de l'image d'engendrer un espace illusoire, de créer un environnement de simulacres qui fait croire à la réalité des apparences » [18]. D'autre part, on attribue, comme Kant, la perte de la conscience ou de la raison à la puissance de l'image qui fait glisser le sujet « insensiblement d'une rêverie fascinante à des états d'hallucinations » [19]. On en fait le support à des émotions, des sentiments qui « induisent de fausses croyances » [20], ou encore on pointe, avec Montaigne, les méfaits d'une imagination qui peut être soumise à la toute-puissance du désir.

Cette défiance philosophique vis-à-vis de l'image qu'avait poursuivie et intensifiée, d'une manière plus ample, le désenchantement du monde engagé, selon Max Weber,

par la Réforme est, aujourd'hui, en passe d'être levée. Parallèlement à l'essor des techniques qui a donné à l'image, par le biais de la photographie, du cinéma ou de la télévision, une place prépondérante dans le monde contemporain, une réhabilitation de l'image et de l'imaginaire comme intermédiaire entre le sensible et l'intelligible et principe de connaissance a été entreprise par des auteurs comme Gaston Bachelard, Henri Corbin, Mircea Eliade, Edgar Morin et Gilbert Durand, et si cette réhabilitation est sans doute encore loin d'être achevée, elle a déjà fourni des méthodes propres à l'analyse des images dans toute la richesse de leur contenu. Elle soulève au demeurant un nouveau débat. Dans une civilisation occidentale qui est devenue une civilisation de l'image, la prolifération même de cette dernière ne laisse pas de susciter quelques interrogations. Et, sans aller jusqu'à considérer qu'elle entraîne une confusion du réel et de l'image, le premier étant à proprement parler absorbé par la seconde, nombreux sont ceux qui voient dans cette prolifération un appauvrissement des plus inquiétants.

Dans la réhabilitation de l'imaginaire, de même que dans le débat actuel sur l'image, le champ de la mode offre un terrain d'observation très privilégié. Si, comme d'autres, il manifeste bien la prégnance contemporaine de l'image, il en livre aussi mieux que d'autres toute l'efficacité sociale. Quand il implique le vêtement, l'imaginaire ne se contente pas en effet de déterminer le social, mais il est figuration du social. Loin toutefois de se donner comme une absorption du réel par l'image – ou même comme un

appauvrissement du contenu symbolique de cette dernière –, c'est, tout au contraire, parce qu'il maintient nettement la distinction entre les deux niveaux en se désignant lui-même comme ce qu'il est que l'imaginaire de la mode peut figurer le social. Et, à cet égard, il est exemplaire. Non seulement il nuance les craintes de voir l'image tenir lieu de réalité, mais il apparaît pour le moins comme une approximation laïque, approximation aussi remarquable qu'inattendue, de ce mundus imaginalis refoulé par la modernité et, en tout cas, retrouve quelques-unes de ses fonctions essentielles. Il concilie en particulier dimension collective et profondeur symbolique. De fait, comme la plupart des images contemporaines, consommées passivement, les images de mode nous atteignent tous et s'inscrivent dans le quotidien de la vie, mais, en même temps, elles ont ce sens profond qui avait trouvé refuge jusqu'alors dans la création littéraire et artistique – denrée rare, à l'usage d'une élite – dont la fonction sociale se réduit aujourd'hui de plus en plus. En d'autres termes, la mode, par le biais de ses images, tout à la fois emporte la ferveur populaire et, parce qu'elle est un important foyer de création, devient un art à part entière dont elle a toutes les fonctions.

Les supports des images de mode sont nombreux. Il y a tout d'abord les défilés de haute couture et de prêt-à-porter. Mais il est extrêmement difficile de considérer les impressions visuelles rapportées par les quelques spectateurs de ce rite moderne et saisonnier, même si rien ne saurait sans doute remplacer la magie d'un défilé. Il pourrait être tentant, en revanche, de s'attarder sur sa

représentation télévisuelle. On ne saurait négliger un nouveau médium qui prend de plus en plus d'importance : il existe désormais des chaînes de télévision américaines comme Fashion tv qui rendent compte entièrement des défilés, et une chaîne comme Paris Première, en France, si elle ne les couvre pas entièrement, leur consacre une part non négligeable de ses programmes. Mais le phénomène est malgré tout trop récent pour fournir une continuité suffisante et, par conséquent, un matériau vraiment utilisable pour une large étude – on notera que, sans même parler de programmes de télévision, l'habitude d'archiver les défilés sur cassettes vidéo ne remonte pas, pour la plupart des maisons de mode, avant 1981.

Aussi, sans même parler d'un support encore plus récent comme l'Internet, est-ce un support plus traditionnel qu'il est préférable de privilégier : les magazines de mode. Outre que certains d'entre eux, les plus spécialisés, couvrent plus largement que la télévision les défilés, ils ont surtout l'avantage de l'antériorité et ont constitué depuis un demi-siècle au moins l'accès privilégié du plus grand nombre à l'univers de la mode. De ce fait, ils permettent une mise en perspective cohérente. Il faudrait d'ailleurs préciser : magazines de mode féminine, car si, depuis quelque temps déjà, les défilés de mode masculine – pour le prêt-à-porter tout du moins – et les magazines qui leur sont consacrés sont entrés dans les mœurs, c'est toutefois trop récemment et trop marginalement pour qu'il soit possible de leur accorder une place importante.

Qu'il couvre les défilés ou qu'il se contente de proposer une publicité pour tel couturier ou pour telle marque, un magazine de mode a une fonction sociale de toute première ampleur.

Dans le premier cas, le magazine de mode opère une sélection parmi les vêtements présentés sur les podiums et, dès lors, intermédiaire entre le couturier et le public, décide des modèles qui caractériseront une saison. Un mystérieux air du temps ferait-il déjà converger, chaque saison, les créateurs vers une tendance commune, cette tendance les journalistes et les photographes, sans en être vraiment conscients, ont, de toutes les façons, pour mission de la canaliser en dégagant tout ce qui chez un créateur en particulier y correspond et en laissant de côté tout ce qui n'y correspond pas.

Dans le second cas, en associant un cadre, un mannequin et une situation précis à une forme de vêtement bien définie selon un style photographique déterminé, le magazine contribue à créer une ambiance qui, si elle est reproduite à l'identique pour d'autres vêtements, pourra aller, le cas échéant, jusqu'à identifier une époque.

Cette fonction sociale, qui incombe à l'ensemble des magazines assurant d'une manière ou d'une autre la promotion de la création vestimentaire, certains comme Vogue, Harper Bazaar, Women Wear Daily ou encore Elle l'ont toutefois exercé à l'évidence plus que d'autres. Et, par conséquent, une étude sérieuse sur le vêtement et ses images non seulement ne peut faire l'économie du

précieux matériau qu'ils proposent mais ne peut, fondamentalement, reposer que sur lui. Vogue, qui vient de fêter ses quatre-vingts ans, représente une mine et apparaît comme un outil aussi indispensable que privilégié. Dans les années 1950 et 1960, les lignes étaient établies par les rédacteurs de magazines pour les lecteurs de magazines. Vogue annonçait la couleur de la saison et les boutiques s'y conformaient. Et si, aujourd'hui, il partage cette fonction avec d'autres magazines, il n'est pas sûr qu'il ne l'exerce pas encore. D'autant qu'il s'est modernisé et démocratisé et que ses pages, qui en viennent souvent à ressembler à celles des magazines les plus avant-gardistes, sont susceptibles de toucher un plus large public.

Notes

[1] Durand , Figures mythiques et visages de l'œuvre, Paris, Berg International, 1979, p. 31.

[2] P. Yonnet , Jeux, modes et masse, p. 361.

[3] P. Bollon , Morales du masque, p. 184.

[4] P. Francastel , Études de sociologie de l'art, Paris, Denoël, « Médiations », 1970, p. 41.

[5] A. Roger , Nus et paysages. Essai sur la fonction de l'art, Paris, Aubier, 1978, p. 14.

[6] Ibid., p. 40.

[7] Ibid.

[8] F. Dagognet , Pour une théorie générale des formes, Paris, Vrin, 1975, p. 7-8.

[9] A. Roger , Nus et paysages, p. 40.

- [10] Ibid., p. 41.
- [11] P. Bollon , Morales du masque, Paris, Le Seuil, 1990, p. 105-106.
- [12] D. Grumbach , Histoires de la mode, Paris, Le Seuil, 1993, p. 245.
- [13] E. Carassus , Le mythe du dandy, Paris, Colin, 1971, p. 77.
- [14] M. Foucault , Histoire de la sexualité, Paris, Gallimard, 1978, p. 59.
- [15] Ibid., p. 59.
- [16] G. Durand , L'imagination symbolique, Paris, puf, 1989, p. 29-30.
- [17] J.-J. Wunenburger , Philosophie des images, Paris, puf, 1997, p. 252.
- [18] Ibid., p. 254.
- [19] Ibid., p. 258.
- [20] Ibid., p. 259.

Chapitre VIII

Sociologie des images de mode

C'est dans la lignée des approches précédemment évoquées que s'inscrivent mes propres travaux, qu'il s'agisse du colloque interdisciplinaire au château de Cerisy en juillet 1998 [\[1\]](#) ou de mes ouvrages : La frivolité essentielle. Du vêtement et de la mode [\[2\]](#) et La mode et ses enjeux [\[3\]](#).

Les études qui constituent La frivolité essentielle cherchent à proposer une théorie de la mode et, tout à la fois – la théorie se renforçant par la pratique –, une pratique sociologique du vêtement et de la mode. Cette démarche s'enrichit des interrogations suivantes. En quoi l'adoption de telle ou telle parure vestimentaire peut-elle modifier un comportement ou déterminer une identité ? D'une manière plus générale, quelle est, aujourd'hui, la fonction sociale de la mode et si, par essence, elle fournit des modèles, comment les fournit-elle ? Assurément, ces modèles passent par les images suscitées par les vêtements. Dans quelle mesure, dès lors, ces images de mode, qui ont été peu étudiées en tant que telles, sont-elles significatives de l'état d'une société ? Ou encore. Qu'est-ce que l'élégance ? Au-delà des vicissitudes des

modes et des temps, existe-t-il une élégance en soi ? Ou s'il n'existe que des élégances particulières, comment peut-on les définir ? Et, quand il s'est agi de donner une application aux directions théoriques définies précédemment, en d'autres termes d'analyser des images de mode, les quarante dernières années qui, dans la mesure où elles commencent avec l'apparition massive du prêt-à-porter, présentent une certaine unité, fournissent le cadre du travail.

Les résultats mettent en évidence la fonction d'anticipation sociale du vêtement dans plusieurs domaines, par exemple, quand il en va de notre appréhension du temps et de l'espace et surtout dans la construction des identités sexuelles. Cette étude a montré aussi comment les images du vêtement et de la mode peuvent constituer un accès privilégié aux représentations contemporaines de la sexualité et, plus généralement, comment, interprétées avec des moyens appropriés, elles peuvent être des indicateurs fiables des angoisses et des aspirations d'une société à un moment donné de l'histoire. Elle n'est pas enfin, en expliquant le succès d'un couturier par la conformité de son imaginaire vestimentaire personnel à l'imaginaire vestimentaire général d'une époque, sans livrer quelques enseignements en matière de marketing.

I. Exotisme

Depuis une trentaine d'années, ce sont des pans entiers

du système vestimentaire de civilisations autres qui sont entrés dans le vestiaire occidental. Ces vêtements figurent notre rapport à l'Autre et, à cet égard, nous renseignent peut-être mieux que n'importe quelle autre création contemporaine sur le regard qu'une société pose sur des cultures différentes. Au premier chef, ils expriment certes une ouverture au monde, mais, d'une part, cette ouverture ne se fait jamais que selon une optique et une finalité particulières et, d'autre part, la transformation qu'ils subissent pour s'adapter aux habitudes et aux codes occidentaux trahit la manière dont est perçu l'Autre.

L'arrivée dans l'univers occidental de la mode d'éléments qui lui étaient jusqu'alors inconnus n'est pas sans accompagner cette ouverture au monde. Les créateurs japonais qui font leur entrée sur la scène de la couture parisienne dès les années 1960, de même que les mannequins noirs qui apparaissent sur les podiums durant les années 1970 ne modifient pas fondamentalement les images européennes de la mode, puisque les premiers travaillent pour le marché européen et s'adaptent à ses normes, tandis que les seconds ne présentent jamais que des vêtements européens, mais du moins manifestent-ils déjà par leur présence même ce désir de sortir de cadres occidentaux désormais trop étroits. Ce désir de briser les cadres occidentaux, c'est le vêtement lui-même qui l'exprime le mieux et qui se donne, dans les années 1960 et 1970, comme le lieu de l'exotisme moderne : dans un monde où l'exotisme a tendance à fuir la littérature et le cinéma, jusqu'alors ses

vecteurs habituels, le vêtement en présente comme une métamorphose ultime – et sans doute quelque peu dérisoire, mais pas plus cependant que celle des dépliants touristiques – en inscrivant l'altérité sur le corps lui-même et dans l'ordinaire de la vie. Tandis qu'ils disent par un certain type de vêtement le désir moderne d'aventure, les couturiers vont chercher aux quatre coins de la planète de quoi alimenter leur créativité. Et il n'est guère de régions du monde qui échappent à leur investigation. Toutefois, il reste que, au bout du compte, c'est ce qu'il était convenu d'appeler au ^{xix}^e siècle dans un sens très large l'Orient – de l'Afrique du Nord et la Russie au Japon et à la Chine en passant par l'Inde et l'Afghanistan – qui fournit la source d'inspiration principale. Cette restriction en elle-même n'est déjà pas indifférente. L'Orient se présentant non pas comme l'Autre absolu de l'Occident, mais plutôt comme son reflet inversé, le même tout autant que l'autre, il est le lieu de toutes les répulsions mais aussi de toutes les fascinations ; il constitue une tentation constante. Les valeurs qui y sont attachées sont celles que l'Occident a refoulées ou repoussées, et elles ont, par conséquent, une charge de contestation importante et s'avèrent grosses de certaines potentialités. Les vêtements que les couturiers vont chercher dans un vestiaire oriental traditionnel n'échappent pas à la règle et apparaissent dans un premier temps comme l'expression symbolique de ces valeurs.

Création de couturiers, fût-elle de prêt-à-porter, tout autant que création spontanée de la rue, la mode hippie de la fin

des années 1960 offre une illustration, presque idéale de cette tentation orientale. Bien que faites de pièces disparates, les tenues des hippies ont beaucoup emprunté au Maroc d'une part, à l'Afghanistan et à l'Inde d'autre part. Or, ce que signifient les caftans et les sarrauels marocains, les chemises et les robes indiennes ou les manteaux afghans qui apparaissent alors, ce sont cette communion et cette spiritualité qu'une génération en révolte contre les valeurs du monde occidental (son individualisme et son matérialisme en tout premier lieu), recherche dans les mysticismes orientaux et, ce qui n'est pas incompatible, dans les paradis artificiels. Les lieux d'origine des vêtements sont aussi ceux des drogues les plus consommées. Les apparences extérieures se trouvent mises en conformité avec une culture qui convoque le soufisme, l'hindouisme ou le bouddhisme et emprunte aux usages orientaux de consommation de kif ou de haschich comme si, avant de rentrer dans les croyances et les mœurs d'un peuple ou d'une civilisation, il convenait tout d'abord de rentrer dans ses vêtements. Et quand bien même, sacrifiant une fois encore au vieux préjugé de la superficialité du vêtement, on considérerait que les Occidentaux ne se contentent, au mieux, que de mimer les Orientaux dans leur paraître sans en adopter les croyances ou le mode de vie, on se verra toutefois contraint d'admettre que cette mode venue d'Orient fonctionne pour le moins comme le signe, superficiel peut-être mais néanmoins parfaitement explicite, d'une quête.

L'appel à des éléments du vestiaire oriental signifie plus,

ici, que la simple contestation d'un système vestimentaire. Il résume et illustre à la fois celle de tout un système de pensée, de toute une manière d'être ensemble. Mais quel que soit le champ d'extension de ce vestiaire, son sens initial est vite transformé. Le succès de son introduction en Occident ne se fait d'ailleurs qu'au prix de cette transformation et passe par toute une opération d'accaparement et de redéfinition. Les vêtements que les hippies empruntent au Maroc, à l'Afghanistan ou à l'Inde, ne se sont implantés dans le paysage vestimentaire quotidien que dans la mesure où ils ont perdu, en partie ou en totalité, leur pouvoir de représentation. En d'autres termes, il a fallu que le symbole soit vidé de son contenu, que soit oublié ce qu'il symbolisait, pour qu'il puisse être pleinement accepté. Ce travail d'oubli une fois accompli, le Maroc ou l'Inde ne sont plus cette tentation de l'Occident, ce double à la fois fascinant et inquiétant, mais un simple univers exotique aux couleurs chatoyantes et aux matières rares et luxueuses. Très vite, s'habiller en chemise indienne ou caftan marocain n'ouvre plus sur un monde autre mais signifie tout simplement être à la mode.

Les vêtements que l'Occident emprunte à l'Orient sont donc significatifs du regard que le premier porte sur le second. Non seulement ils témoignent des valeurs qui sont prêtées aux civilisations regardées, mais, par la transformation qu'ils subissent, ils mettent en évidence la logique culturelle et politique de la civilisation regardante. À ce double mouvement vient encore s'ajouter une nouvelle perspective, non exclusive des précédentes. Ce

que donnent à voir deux des collections de haute couture les plus remarquées des années 1970 qui ont à proprement parler déclenché dans la mode un goût pour le folklore – les collections d'Yves Saint Laurent « Opéra – Ballets russes » pour l'hiver 1976 et la collection « Opium » pour l'été 1978 –, ce n'est plus, en effet, l'Orient des rêves mystiques et politiques de l'Occident, ni l'Orient réduit à la mesure de l'Occident, mais un Orient lieu d'expression de certains des fantasmes de l'Occident.

II. Temps

Parallèlement aux images de mode qui, depuis une quarantaine d'années, exploitent le thème exotique, la relation au temps apparaît en elle-même comme une des relations privilégiées, voire obligées, du vêtement contemporain. Sans doute, pourrait-on, bien entendu, déjà découvrir cette relation, indirectement, dans les contraintes que la mémoire de la mode fait peser sur tout créateur, celles de certaines traditions ou d'un certain bon goût forgé par le regard habitué. Mais, évidemment, la relation au temps se livre bien plus directement encore dans les images de vêtements anciens qui fournissent une source d'inspiration importante à la création vestimentaire moderne. Ce regard vers le passé n'épuise cependant pas à lui seul toute la relation au temps. Celle-ci est en fait beaucoup plus riche qu'on pourrait tout d'abord le penser. Non seulement, d'une façon qui est très loin d'être accessoire, elle inclut aussi le futur, mais elle s'organise avec une remarquable constance autour

d'une forme d'éternel présent. En effet, la mode, depuis les années 1960, d'une part a continûment cherché à se projeter dans l'avenir, des combinaisons de cosmonaute aux vêtements « techno » les plus récents, et, d'autre part, elle a toujours privilégié l'adolescence et la jeunesse jusqu'à presque s'identifier avec elles.

Ce qui se lit dans cette relation que la mode contemporaine entretient avec le temps, c'est avant tout l'angoisse de mort. Sans doute la constitution, dans les années 1960, de la jeunesse en catégorie sociale apparaît-elle déjà en elle-même comme une mise à distance de la mort, qui, du fait des progrès du bien-être matériel, apparaît dans le monde occidental comme de plus en plus scandaleuse. Faire des caractéristiques de la jeunesse autant de vertus à même de régénérer la société dans son ensemble, n'est-ce pas en effet tenter de conjurer symboliquement l'inexorable déroulement de la vie ? Mais la mode qui accompagne l'épiphanie de la jeunesse comme catégorie sociale le manifeste encore mieux. Elle se donne clairement comme projet de dire la vie au maximum de sa force et de sa plénitude, comme désir d'éternelle jeunesse. Ce qu'exprime par exemple l'invention de la minijupe, ce vêtement d'adolescente puis bientôt de femme emprunté au vestiaire des enfants, c'est peut-être, avant tout autre chose, un désir d'arrêter le temps, et de rester figé dans celui de l'innocence et des origines.

La mode contemporaine sait fort bien jouer avec le temps. Quand elle ne se lirait pas comme son arrêt ou son annulation, elle exprime au moins sa sortie. Elle

excelle en effet à fuir le présent en cherchant son inspiration dans les formes vestimentaires du passé ou en cherchant à imaginer ce que seront celles du futur. Cette fuite peut, certes, apparaître d'une manière générale comme le refus d'une réalité insatisfaisante et, par suite, comme la volonté de se réfugier à travers ses vêtements dans les valeurs d'une autre époque. Mais elle peut aussi poser des relations d'équivalence entre l'époque présente et l'époque convoquée, et se donner comme l'interprétation de la première par la seconde.

La veine « rétro » des années 1990 qui a envahi très massivement la mode mérite à l'évidence d'être considérée d'une manière générale comme une fuite du présent. L'appel à un passé qui, loin de renvoyer à une époque précise, convoque indifféremment et anarchiquement les années 1920, 1930, 1940, 1950 – ce qu'il est plus particulièrement convenu d'appeler le « rétro » – la Renaissance, le xviii^e siècle, l'époque Directoire, la Belle Époque et jusqu'aux proches – et décisives pour la mode – années 1960 et 1970, bref tout ce qui peut faire oublier un quotidien insupportable, n'est pas sans s'apparenter à une recherche désespérée d'évasion et de rêve. En revanche, c'est plutôt comme une interprétation d'une époque par une autre qu'apparaissent le futurisme des années 1960 ou, dans les années 1970, une collection particulière mais significative d'une tendance comme celle « années 1940 » d'Yves Saint Laurent.

Toutefois, comme c'était déjà le cas précédemment de la relation entre l'Occident et l'Orient, la relation temporelle

transfère très rarement purement et simplement les valeurs d'une époque vers une autre. Pour dire l'esprit du temps, les créateurs préfèrent jouer avec la référence au temps, la dressant à leurs aspirations et la vidant le plus souvent de toute substance pour, au mieux, n'en retenir qu'une ambiance. Occulter le signifié du vêtement ancien pour n'en garder que le signifiant est au demeurant une opération particulièrement prisée par la décennie 1990. Si, par leur prolifération même, les modes historiques ne disent plus qu'un désir de fuite hors du présent, elles ont tendance par ailleurs à se vider aussi des valeurs qu'elles semblaient à même de véhiculer et le plus souvent ne signifient plus rien. Et quand le signifié ne serait pas occulté, son sens initial est pour le moins détourné, retourné.

Quand c'est le futur que convoque la mode des années 1980 et 1990, celui-ci est alors le plus souvent un support très privilégié à l'expression des peurs occidentales. Si l'inspiration cosmique de Thierry Mugler dessine l'image d'une féminité quelque peu menaçante, pour le reste, elle ne met encore en représentation, dans les nombreuses publicités qui promeuvent les vêtements de la marque, que des images stéréotypées mais neutres de science-fiction où dominent la verticalité, l'acier et le verre. En revanche, l'inspiration dans les années 1990 d'autres créateurs met en scène un monde à venir autrement inquiétant et, ce faisant, traduit l'angoisse qui, souterrainement, travaille l'époque.

III. Rôle et identité sexuels

Si la mode et ses images figurent donc les mouvements qui agitent le social, elles peuvent aussi participer à son changement. Ainsi non seulement ont-elles participé largement à la redéfinition contemporaine des rôles des sexes et au remodelage des identités sexuelles, mais elles ont, à l'évidence, constitué en ces domaines l'élément décisif et joué un rôle moteur. Et, par conséquent, tout autant qu'une dimension sociologique, elles prennent également une dimension psychologique d'importance qui a rarement été considérée à sa juste valeur.

La caractéristique la plus immédiatement repérable de la création vestimentaire des trois dernières décennies est en effet la remise en cause du dimorphisme sexuel (système ouvert pour les femmes, système fermé pour les hommes) sur lequel le vêtement occidental reposait depuis le Moyen Âge et que le XIX^e siècle avait contribué à renforcer en plaçant l'austérité du côté masculin et en laissant au féminin la couleur et la fantaisie. Toutefois, il y a eu rapprochement plutôt que fusion des vestiaires masculin et féminin. C'est surtout du fait de l'annexion du premier par le second que ce rapprochement s'est effectué, encore que le passage dans l'autre sens ne soit pas aussi négligeable qu'on peut le penser de prime abord. Quoi qu'il en soit, ce rapprochement n'est certes pas indifférent. Il a sa sanction sociale et détermine le rapprochement des rôles masculin et féminin.

L'accaparement, en particulier, du vestiaire masculin par les femmes définit leur accaparement de rôles sociaux auparavant réservés à l'homme. Si la robe qui astreint la femme à la retenue est bien l'habit qui l'a tenue à l'écart de toute activité autre que maternelle, l'adoption du pantalon, en toute bonne logique, a pour effet de la libérer physiquement et psychologiquement de ses contraintes et de l'insérer dans le circuit des activités qui lui étaient jusqu'alors refusées : les activités économiques bien évidemment, mais aussi d'autres activités comme les activités sportives. Il y a plus toutefois. Au-delà des rôles sociaux à proprement parler, c'est l'identité de la femme qui se trouve ainsi transformée.

De fait, pour peu que l'on considère que le sentiment d'être femme tient « à la cohérence entre la façon dont le sujet en question se sent femme (autoperception), dont elle le manifeste à autrui (représentation) et dont autrui lui signifie qu'il l'identifie comme telle (désignation) », on comprend alors « le rôle fondamental du vêtement : zone frontière entre intériorité et extériorité, il est l'instrument par excellence de ce travail d'ajustement identitaire. Aussi est-il d'autant plus investi, et d'autant plus problématique, qu'un tel travail est rendu nécessaire par la distorsion entre ces moments de l'interaction qui font ce sentiment d'identité » [4]. Dès lors, sans doute n'est-ce pas totalement sans fondement que l'on estimera que « le vêtement est [...] une question beaucoup plus féminine que masculine, comme en témoigne ne serait-ce que l'embarras de choix existant en matière de tenues pour femmes, ou la teneur des conversations » et que « cette

dimension féminine de la question vestimentaire [...] est l'indice d'une sensibilité particulière à une condition identitaire plus difficile, plus problématique, plus délicate à gérer pour les femmes qu'elle ne l'est pour les hommes » [5]. La fonction identitaire du vêtement est cependant loin d'être nulle pour l'homme et la mode depuis trente années a tout autant décidé du remodelage d'une identité masculine, d'ailleurs beaucoup plus fluctuante qu'on a bien voulu le dire, ou en tout cas a contribué à manifester en pleine lumière quelques-unes de ses caractéristiques jusqu'alors souterraines.

Si le vêtement figure une recomposition des rôles des sexes – une large irruption des femmes dans des territoires jusqu'alors masculins et, dans une moindre mesure, une imprégnation de l'univers masculin par certaines valeurs féminines – les identités sexuelles qu'il définit sont toutefois loin de simplement tendre vers l'androgynie. C'est, à la limite, presque le contraire. Ce que la féminisation du vêtement masculin manifeste en tout premier lieu, c'est en effet l'essence féminine d'une certaine façon d'être homme, alors que la masculinisation du vêtement féminin n'est bien souvent qu'une autre manière, paradoxale mais efficace, de dire la féminité.

Aussi discrète soit-elle, l'utilisation d'éléments du vestiaire féminin par l'homme a pour résultat de dégager le principe de la séduction masculine. Car, séduire pour un homme, c'est fatalement passer par le féminin. Si, déjà, au ^{xix}^e siècle, le dandy se pose en figure de la séduction, c'est précisément parce qu'il a intégré dans

son physique, par le biais de son habillement, ou pour le moins par le soin qu'il y porte, quelque chose de la féminité nécessaire [6]. Or, à nouveau, ce que la féminisation du vêtement masculin à partir des années 1960 met en évidence avec plus de force encore et, en tout cas, sur une échelle sociale plus large, c'est la dimension féminine essentielle à la séduction masculine. Par suite de ce renoncement à la raison « phallique » du vêtement masculin, l'homme entre de plus en plus dans le domaine de la beauté et, de sujet du désir devient objet de désir. Objet, il l'est, au demeurant, tout autant du désir hétérosexuel, en se posant pour les femmes comme figure séduisante, que du désir homosexuel, puisque les représentations occidentales qui se mettent en place à la fin du XIX^e siècle font, on l'a vu, de l'effémination un signe et un gage d'homosexualité. Et se trouve, dès lors, redessinée une identité masculine dont la bisexualité a pu apparaître, à l'occasion comme une forme sexuelle normale.

« Je veux trouver pour les femmes un uniforme équivalent au complet-veston d'homme », avouait Yves Saint Laurent en 1969. Et l'on sait que cet uniforme sera le tailleur, tailleur déjà lancé par Chanel mais que Saint Laurent reprendra et popularisera. Si le tailleur de femme, fait dans les tissus secs des costumes d'homme, retrouve les fonctions de ceux-ci, il n'est pas pour autant un alignement sur le masculin et une aliénation de la féminité. Bien au contraire, nombreux sont ceux qui le considèrent comme le vêtement le plus féminin qui soit, plus encore s'il a pour inséparable, comme chez Saint

Laurent, la blouse, transparente ou non. En tout cas, il est loin de définir un genre masculin et un genre masculin-féminin entre lesquels l'executive woman serait partagée, car c'est en soi qu'il apparaît comme le signe de la féminité. À l'inverse du tailleur-jupe, le costume pantalon ou le smoking appartiennent entièrement au système fermé du vestiaire masculin, mais sur la femme, ils disent eux aussi la féminité absolue. Yves Saint Laurent qui, bien plus encore que le tailleur, a contribué, dès 1967, à les imposer, l'avait d'ailleurs pressenti. « Un pantalon, c'est une coquetterie, un charme supplémentaire, pas un signe d'égalité ou d'affranchissement » ; « une femme en costume pantalon, est loin d'être masculine » [7]. Avec le temps, cette hyperféminité du corps de la femme dans le vêtement masculin apparaît d'ailleurs comme une véritable évidence. Ainsi en va-t-il, par exemple, pour la version du costume « masculin-féminin » de Giorgio Armani, dont les campagnes de publicité souligneront la féminité et qui deviendra l'uniforme de la femme des années 1980 et 1990.

Tout se passe comme si le grand mouvement vers l'androgynie qui caractérise la mode de ces dernières décennies butait sur les sexes physiques ; davantage, comme si les sexes physiques récupéraient à leur profit ce mouvement vers l'androgynie. Mais la féminisation du vêtement masculin et la masculinisation du vêtement féminin ne définissent pas à elles seules les identités masculine et féminine.

C'est tout d'abord une nouvelle représentation, et par

suite une nouvelle identité sociale de l'homosexuel que le vêtement a, depuis la fin des années 1970, contribué à mettre en place. Alors que l'homosexualité, considérée depuis la fin du ^{xix}^e siècle comme une inversion, avait trouvé dans la féminisation vestimentaire et physique sa représentation privilégiée, elle se lit désormais tout aussi bien dans des vêtements qui connotent la force virile ou montrent les muscles et qui définissent désormais le monde de l'homosexualité comme un monde de pure virilité, presque guerrière, duquel toute référence féminine est exclue. Que cette mode destinée initialement aux homosexuels ait trouvé, une fois prise en charge par quelques créateurs, un large public hétérosexuel, ne l'empêche pas de changer – ou en tout cas d'élargir – l'image de l'homosexuel qui, de l'hybride du « troisième sexe », devient le prototype même du mâle. Simplement invite-t-elle à retrouver une virilité impossible à la séduction hétérosexuelle. Car il reste que le vêtement définit une identité masculine qui cultive la virilité selon que sa séduction s'adresse à l'homme et la féminité selon qu'elle s'adresse à la femme.

IV. Sexualité

Les images de mode sont donc tout à fait déterminantes dans la formulation, mais aussi dans la (re)construction et la (re)définition des identités masculine et féminine. Leur rôle, toutefois, ne s'arrête pas là. Au-delà d'une construction identitaire, elles livrent aussi un tableau privilégié des relations d'une époque donnée à la

sexualité, mieux peut-être, la voie d'accès par excellence à cette époque. Ce qui se lit en effet dans le vêtement, ce sont les aspirations mais aussi les angoisses de l'homme envers une sexualité où s'éprouve sa vie. Décrire l'itinéraire du vêtement, c'est par conséquent également faire l'histoire des représentations de la sexualité.

Quand bien même une logique interne à l'opération de séduction opposerait séduction et sexualité et rendrait la seconde pratiquement incompatible avec la première, on considérera que la capacité à séduire constitue un préalable obligé à la consommation charnelle. Or, dans le désir de séduire, le vêtement joue une place importante, pour ne pas dire prépondérante, car il apparaît, à tort ou à raison d'ailleurs, comme pouvant l'aider ou le favoriser. Aussi le vêtement à travers lequel opère la séduction est-il, dès lors, un indicateur des plus fiables de la manière dont se conçoit et se vit la sexualité.

Tandis que, jusqu'aux années 1920, le corps était enfoui sous les robes, le changement s'accélère très fortement à partir de 1965. Des innovations, comme la minijupe et les transparences d'une part, les vêtements moulants comme le jean d'autre part, viennent bouleverser le paysage vestimentaire. Or, ce bouleversement implique nécessairement aussi un bouleversement des mœurs : un corps qui s'exhibe succédant à un corps qui se cachait ne manque pas d'introduire une relation à la sexualité différente, à une sexualité non plus vécue dans la honte mais exhibée au grand jour comme affirmation de la vie. Que ces innovations aient pu choquer les tenants de

l'ordre moral ou qu'elles aient pu, au contraire, être brandies comme les emblèmes d'une révolte contre ledit ordre moral montrent bien qu'au-delà d'une révolution vestimentaire se jouait aussi une révolution des mœurs. Cette libération sexuelle, la mode de la fin des années 1970 et de la première moitié des années 1990 la dit encore mais y ajoute quelques touches nouvelles. La nudité et le moulant qui soulignent l'anatomie et disent la liberté des corps continuent certes d'orienter la création, mais, comme s'il devenait soudain entendu que, face à un public désormais blasé, ils ne suffisaient plus à connoter le sexuel, se trouvent aussi réintroduits des éléments de séduction passés, surtout des accessoires. Ainsi, alors que, à la fin des années 1970, les couturiers rivalisent de transparences et que, dans les années qui suivent le moulant se décline sous toutes ses formes, réapparaissent les talons hauts, symboles, pour beaucoup, de la féminité, qui restituent à la femme allure et élégance et sont aussi le signe d'une sexualité féminine raffinée qui oscille entre domination et asservissement. Ce que suggère la mode des années 1980 en superposant cet artifice traditionnel de la séduction à une nudité jugée jusque-là comme naturellement séduisante, c'est une sexualité libérée certes, mais également plus perverse où sadisme et masochisme, à l'instar des photographies de Helmut Newton, apparaissent comme une ultime transgression des interdits en même temps qu'un aboutissement obligé et un effet pervers de la libération sexuelle.

C'est un tout autre rapport à la sexualité que révèle, en

revanche, la mode des années 1990. Sans doute toute la panoplie vestimentaire de perversions sexuelles y est-elle encore représentée, mais elle prend un sens différent et, surtout, elle est éclipsée par une tendance générale qui n'est plus à la libération des mœurs. Expression privilégiée d'un imaginaire recomposé par l'apparition de l'épidémie du sida, la mode des dix dernières années s'inscrit en effet sous le signe de l'antiséduction et, par conséquent, de l'antisexualité. On pourrait lire déjà cette évolution dans une évolution économique. Toute volonté de séduction se double d'une volonté de consommation, mais pas seulement de consommation charnelle : elle pousse à la consommation de tout ce qui peut l'aider ou la favoriser, en particulier de vêtements qui renforcent les avantages physiques ou, au contraire, pallient les handicaps et, d'une manière générale, tout ce qui touche, de près ou de loin, à l'industrie de la mode. Or, quand bien même, en Occident, cette industrie resterait prospère, on observe depuis quelques années le recul très sensible et très significatif de la consommation en habillement, qui signifie donc un moindre investissement dans la séduction et dans ce qu'elle vise. Mais c'est encore la mode contemporaine elle-même qui, symboliquement, apporte la meilleure preuve de ce refus de consommer. Si la mode a pour essence de ne jamais durer pour toujours se renouveler et pour fonction la dépense – dans tous les sens du terme – aujourd'hui la mode est alors une non-mode. Elle est repli, à la fois renoncement à séduire et refus de consommer comme le manifeste évidemment à la perfection le Grunge qui cache les corps, prône la

dysharmonie en refusant les notions d'élégance et de séduction et réutilisant les vieux vêtements.

Certaines réalisations de la création vestimentaire la plus contemporaine sont également très significatives d'une évolution qui se caractérise par le refus de toute séduction et par la mise à distance de la sexualité. Quelques-unes des créations si originales de Vivienne Westwood pour qui les hardes de miséreux ont pu constituer des modèles pourraient déjà en fournir un exemple, mais d'autres l'illustrent mieux encore. Ce sont les robes-manteaux noires de Rei Kawakubo (Comme des garçons) qui masquent entièrement la silhouette, ou tout style d'inspiration monacale que l'on trouve aussi bien chez les créateurs japonais que chez certains créateurs européens. Sans doute trouve-t-elle d'ailleurs son stade ultime et son emblème dans une tentative comme celle de Martin Margiela qui, en déconstruisant le vêtement – il laisse les doublures apparentes et des effilochures, voire des épingles à nourrice et du scotch – déconstruit aussi tout ce qu'il signifiait et avait pour fonction de signifier, en l'occurrence séduction et sexualité.

Notes

[1] Le vêtement, Paris, L'Harmattan, 2001.

[2] Paris, puf, 2001.

[3] Paris, Klincksieck, 2005.

[4] N. Heinich, États de femme, l'identité féminine dans la

fiction occidentale, Paris, Gallimard, 1996, p. 333.

[5] Ibid., p. 334.

[6] F. Monneyron , Séduire. L'imaginaire de la séduction de Don Giovanni à Mick Jagger, Paris, puf, 1997.

[7] Cité par L. Benaïm , Yves Saint Laurent Paris, Grasset, 1993, p. 188, et 304.

Chapitre IX

Anthropologie de l'imaginaire de la mode

I. Principes méthodologiques

L'imaginaire de la mode révèle les larges orientations d'une société dans ses rapports au monde et à soi d'une part, et dans sa manière de concevoir les relations entre les sexes et la sexualité d'autre part. Et ces résultats invitent d'eux-mêmes à aller plus loin. Aussi, pourvu qu'on s'en donne les moyens méthodologiques, l'imaginaire en question fournit-il également la possibilité de pénétrer sous la surface sociale, dans les profondeurs sociétales, et de dégager les schèmes, les archétypes et, par suite, les grandes structures anthropologiques qui définissent une époque et lui donnent son sens. Ce faisant, il rend possible en outre une périodisation précise que les démarches précédentes n'ont fait qu'esquisser et, si on conserve une même perspective temporelle d'investigation, il procure les instruments adéquats pour identifier les « phases de la dynamique socioculturelle » des sociétés occidentales

depuis une quarantaine d'années. Cette herméneutique de l'image de mode, Martine Elzingre, dans *Femmes habillées. La mode de luxe : styles et images* [1] en avait déjà jeté les bases dans une perspective souvent bachelardienne. Dans *La frivolité essentielle* je la poursuis en m'appuyant sur les théories et les méthodes de l'imaginaire définies par Gilbert Durand.

Durand considère que l'imagination humaine représente, figure et symbolise essentiellement les visages du temps et de la mort, afin de réduire l'angoisse existentielle qui est liée aux expériences du temps. S'appuyant sur les travaux de réflexologie, il distingue trois « dominantes réflexes » fondamentales : la dominante posturale, la dominante digestive et la dominante sexuelle qui, à l'autre extrémité du trajet anthropologique, orientent les représentations symboliques, la première, vers « les matières lumineuses, visuelles et les techniques de séparation, de purification dont les armes, les flèches, les glaives sont les fréquents symboles » ; la deuxième, vers « les matières de la profondeur : l'eau ou la terre caverneuse », suscitant « les ustensiles contenant, les coupes et les coffres », et inclinant « aux rêveries techniques du breuvage et de l'aliment » ; la troisième, enfin, vers « les rythmes saisonniers et leur cortège astral en annexant tous les substituts technique du cycle : la roue comme le rouet, la baratte comme le briquet », « tout frottement technologique » étant finalement surdéterminé « par la rythmique sexuelle » [2]. Il en arrive à répartir les images fomentées par l'imagination humaine qu'organisent différents schèmes, définis comme «

généralisation[s] dynamique[s] et affective[s] de l'image » [3] en trois grands ensembles structuraux : les structures schizomorphes ou héroïques qui relèvent du régime diurne de l'imaginaire, les structures mystiques et les structures synthétiques qui, elles, relèvent toutes les deux du régime nocturne. Les structures schizomorphes qui s'expriment par le symbolisme de l'élévation, de la lumière, du combat sont au nombre de quatre : la première se caractérise par le déficit pragmatique, la deuxième par la Spaltung entendue comme « le comportement représentatif de "séparer" » [4], la troisième par la géométrisation, la quatrième par l'antithèse. Les structures mystiques, qui s'expriment par le symbolisme de la descente, de l'intimité, du blotissement, sont, elles aussi, au nombre de quatre et se caractérisent respectivement par le redoublement et la persévération, la viscosité des éléments représentatifs, la sensorialité des représentations, la minutie et la mise en miniature [5], alors que les quatre structures synthétiques, qui « intentions de l'imaginaire » [6] et s'expriment par le symbolisme du cycle et du progrès, se caractérisent par l'harmonisation des contraires, la dialectique, l'histoire et le progrès [7].

Du fait qu'ils recueillent l'ensemble des images créées, les deux régimes et les trois grandes structures de l'imaginaire isolées par Gilbert Durand peuvent servir à définir toute formation imaginaire quelle qu'elle soit. Mais il importe néanmoins de les adapter à l'objet visé et, en l'occurrence, de les transposer sur le terrain particulier du vêtement et de la mode. Même s'il est vrai que le

vêtement n'existe et ne devient réellement image que sur un corps, il ne saurait être inutile, à titre expérimental si l'on peut dire, de distinguer tout d'abord les images ébauchées par le vêtement en lui-même et les images de mode qui impliquent un mannequin, voire un contexte photographique particulier.

Les impressions visuelles, qui se dégagent de la forme, de la couleur, de la matière, des motifs d'un vêtement, auxquels il faudrait peut-être ajouter les différents accessoires qui vont avec (sac, chapeau, chaussures ou bijoux), peuvent déjà être interprétées en termes d'images et, par suite, relever de la classification en genres structuraux. Ainsi peut-on considérer que relèvent tout d'abord du régime diurne et des structures schizomorphes des vêtements qui, d'une manière ou d'une autre, renvoient symboliquement au temps et à la mort. Il s'agira, bien évidemment, du vêtement de couleur noire qui, dans le symbolisme vestimentaire occidental, est associé au deuil, mais aussi, encore que moins évidemment, tout habit et tout accessoire qui, parce qu'il est fait en peau de bête (comme un manteau de fourrure et des chaussures en crocodile) ou parce qu'il rappelle par ses motifs la peau d'une bête, convoque indirectement une symbolique thériomorphe, significative des peurs humaines primordiales. Dans les structures à proprement parler schizomorphes du même régime diurne, mais cette fois en tant qu'antithèse de la mort, rentrera tout vêtement imposant, ample, volumineux, vêtement d'apparat le plus souvent, ou tout vêtement contraignant le corps, l'un et l'autre peu pratiques à porter

et beaux exemples de déficit pragmatique. Y appartiennent également les vêtements qui jouent sur l'opposition voilé/dévoilé, comme la minijupe ou la jupe fendue ou, d'une manière générale, sur la séparation. De même, enfin, tout vêtement qui, par sa forme et/ou ses motifs (les rayures par exemple) sacrifie à la géométrisation se doit d'y être rattaché.

De la même façon, il est possible de considérer que vont dans le sens d'« une volonté d'union et un certain goût de la secrète intimité » [8], caractéristiques des structures mystiques du régime nocturne, les vêtements privilégiant les redoublements et les emboîtements comme les robes à superposition de volants, les drapés et les plissés ; ceux qui, adhérant au corps ou faits dans des tissus particuliers, donnent l'impression de la viscosité, comme certaines combinaisons de latex ou de matière synthétique ; ou ceux encore pour lesquels a été pris un soin méticuleux du détail et qui reposent, par exemple, sur un travail minutieux de broderie ou d'incrustation. Tout aussi nettement doivent être rapportés à ces structures les tissus colorés, « toute la richesse du prisme et des gemmes » [9] se déployant dans le régime nocturne, alors que dans le régime diurne est préférée « au chatoiement de la palette la nette dialectique du clair-obscur » [10]. Sans doute est-ce moins évidemment que peuvent être identifiés les vêtements qui relèvent du second ensemble structural appartenant au régime nocturne de l'imaginaire. Il reste que l'on peut admettre que rentrent dans les structures synthétiques les formes vestimentaires qui tendent à effectuer une synthèse des

contraires ou qui reposent sur une dialectique. Si l'on retient l'opposition masculin/féminin, fondée sur l'opposition fermé/ouvert, on pourra de fait estimer qu'appartient aux structures synthétiques, toute création qui cherche à l'abolir ou à la dépasser. D'une manière peut-être moins nette mais tout aussi intéressante, la tentative de confrontation, et, par suite, d'harmonisation ou de juxtaposition de vêtements (ou d'une matière et d'une forme) appartenant à deux traditions culturelles différentes, occidentale et orientale par exemple, peut également entrer dans ce cadre. Enfin, le recours à des vêtements anciens qui opèrent la relation entre le passé et le présent ou la projection dans le futur qui assure la maîtrise sur le temps mérite d'illustrer les deux dernières structures synthétiques de l'histoire et du progrès.

On peut certes opposer à ces quelques orientations un certain nombre d'objections, celle, par exemple, qu'une forme interprétée en termes de structures schizomorphes ou de structures synthétiques peut fort bien s'accorder avec une couleur, une matière ou des motifs interprétés eux en termes de structures mystiques, ou encore celle que l'appartenance d'une forme vestimentaire nouvelle à telles ou telles structures, incontestable au moment de son apparition ou de sa vulgarisation, n'est plus aussi évidente au fur et à mesure où elle s'intègre dans le paysage vestimentaire quotidien. Il importe donc, pour répondre à ces objections, de croiser les éléments d'identification des structures de l'imaginaire du vêtement : forme, couleur, matière et motifs, en particulier à mesure que l'on avance dans les décennies. Mais il est bien

évident que, d'une manière générale, entrent également en ligne de compte d'autres éléments, extérieurs cette fois au vêtement proprement dit. Il est temps, en effet, de réintroduire celui qui le porte et la façon dont il est porté, ou, si l'on préfère, le mannequin et le contexte photographique, provisoirement mis de côté, qui aident à donner un sens à ce que disait déjà le vêtement, bref de considérer l'imaginaire de la mode et non plus seulement celui du vêtement.

Quand elle s'appuie sur ces quelques principes méthodologiques, l'étude d'un vaste corpus d'images de mode peut alors être conduite avec toute la rigueur souhaitable. Et, menée à partir du dépouillement systématique depuis 1965 des numéros de Vogue consacrés au prêt-à-porter et à la haute couture comme il a été tenté dans *La frivolité essentielle*, elle permet l'identification de trends, significatifs des aspirations et des angoisses qui, à une période donnée de l'histoire, agitent souterrainement les sociétés considérées.

II. Herméneutique

C'est très largement que les images de mode produites par la période 1965-1970, haute couture et prêt-à-porter confondus, relèvent du régime diurne de l'imaginaire et, plus particulièrement, de structures schizomorphes. Sur l'ensemble des images analysées, plus de 80 % appartiennent en effet à un univers héroïque, les quelques autres 20 % se répartissant à proportion à peu

près égale entre univers mystique et synthétique. Que ce soit sur le vêtement lui-même ou par le biais du mannequin qui le porte et de la situation dans laquelle il est porté, on assiste le plus souvent à une saturation d'éléments héroïques. Outre la représentation marginale d'une féminité fatale ou la symbolique thériomorphe de manteaux en panthère, autant de visages du temps et de la mort, dominant très largement les symboles propres aux structures schizomorphes du régime diurne. Aux symboles spectaculaires et diarétiqes véhiculés par les vêtements et les mannequins s'ajoutent les symboles ascensionnels des décors photographiques et, par suite, les figures de la séparation, de l'antithèse ou du géométrisme qui dominant dans les vêtements et les images de vêtements apparaissent comme autant d'avatars d'un rationalisme et d'une aspiration prométhéenne au déficit pragmatique souvent important. Les minijupes qui jouent sur l'antithèse voilé/dévoilé, les robes géométriques ; les rayures et les carreaux, souvent blancs et noirs ; l'utilisation de matière métallique, les bottes ou cuissardes de cuir, tout cela, on le sait, caractérise en effet la période, avec des mannequins, assez souvent d'origine scandinave, à la blondeur solaire qui posent pour des photographies publicitaires dans un décor marqué par la verticalité, le gigantisme, le ciel, l'espace, ou par la lumière et le soleil.

Si les images qui peuvent être rapportées au régime nocturne de l'imaginaire sont très largement minoritaires, les quelque 20 % d'images de mode qu'elles représentent ne sont pas toutefois sans annoncer la

période suivante. De fait, dès le début des années 1970, les éléments « héroïques » s'estompent presque totalement au profit d'autres éléments appartenant incontestablement au régime nocturne. Les rares modèles qui sacrifient encore à la minijupe ou à son avatar, la jupe longue fendue, à la géométrisation, aux rayures et aux carreaux, ou au cuir, se voient rapidement submergés par les maxi-jupes, les robes longues et les tailleurs pantalons, par des imprimés (de fleurs en particulier), des incrustations, des broderies, des redoublements, des juxtapositions et par une gamme élargie de couleurs. Dans une large mesure, la mode des années 1970 se caractérise par des images qui se ventilent à part sensiblement égale entre structures synthétiques et structures mystiques. Mais, dans ce contexte, il convient toutefois de distinguer la haute couture du prêt-à-porter. C'est surtout la haute couture qui suscite, majoritairement sinon exclusivement, un univers synthétique, en jouant sur la dialectique et l'harmonisation des contraires, en ayant recours à l'histoire et en promouvant des formes et des matières toujours mieux adaptées à la vie moderne et, à ce titre, synonymes de progrès, le tout sur fond de sensualité et de sexualité. En revanche, le prêt-à-porter est plus partagé. Si, comme la haute couture, il encourage la synthèse des sexes, en l'occurrence par la vulgarisation du pantalon, moins évidemment celle des cultures, à mesure qu'on avance dans la décennie, il favorise les longues jupes et robes à plis, à superposition de volants ou à frou-frou, en mousseline ou en tissus légers, et d'une manière générale les vêtements englobants, les

couleurs, les motifs floraux, les matières souples et confortables, autant d'éléments symboliques de cette « volonté d'union » avec la nature et d'un « certain goût de la secrète intimité » caractéristiques des structures mystiques. Cette forte prégnance, tout au long des années 1970, des structures synthétiques et mystiques dans les images de vêtement, la photographie de mode ne la contredit pas, mais l'accompagne et la renforce. C'est déjà une légère mais sensible modification dans les mannequins. Aux types souvent solaires et lumineux inséparables des créations « héroïques » des années 1960 succède un ensemble beaucoup plus divers de filles à même de représenter l'androgynie et la sensualité ou de suggérer l'éternel féminin et l'intimité maternelle, jusqu'à ce que l'introduction des mannequins africains au cœur de la décennie ne vienne apporter une note « nocturne » plus décisive encore. Mais, plus fondamentalement, on observe surtout un total changement de l'inspiration photographique. Les extérieurs majestueux et le plus souvent urbains marqués par la verticalité de la période précédente font place à un décor beaucoup paisible et plus intime, en accord avec les structures mystiques des vêtements, celui d'intérieurs ou d'une nature paysagée où domine l'élément liquide.

C'est à partir des éléments « synthétiques » des images véhiculées par la mode des années 1970 que se recompose l'univers héroïque qui va dominer entre 1981 et 1987. De fait, après une transition, entre 1978 et 1981, où 70 % des images relèvent de structures synthétiques

contre 30 % encore de structures mystiques ou déjà de schizomorphes, on assiste ensuite à un retour en force du régime diurne dans 70 % ou plus des occurrences. Dans cette transition, le prêt-à-porter milanais qui fait une irruption remarquée sur la scène internationale de la mode vers le milieu des années 1970, occupe une place importante. Fondé sur la dialectique des sexes (le tailleur Armani), la synthèse des époques (l'inspiration Antiquité ou Renaissance de Versace), la sensualité (les formes déstructurées et les matières légères), il évolue vite vers un imaginaire où les symboles de l'ascension, de la lumière ou de la séparation répondent à ceux de l'animalité et de la nuit. Désormais l'ambiance des images compte plus que les formes, les couleurs et les matières, et il devient difficile de faire un départ systématique entre les images de vêtement et les images de mode. Tout au plus peut-on distinguer deux séries principales d'images. Celle où le vêtement prend son sens dans une translation métonymique et diachronique du contenu sur le contenant : parce qu'il fut le vêtement de tel ou tel type de femme fatale, conquérante ou autoritaire du passé, réelle ou fictive, il incarne désormais en soi ce type de féminité et, par conséquent, il peut se suffire à lui-même ou, en tout cas, au mannequin qui le porte et dans le cadre d'une éventuelle promotion publicitaire se satisfaire d'un décor d'intérieur. Celle où, à l'inverse, il se trouve dans une relation métaphorique et synchronique avec des éléments qui lui sont extrinsèques : un vêtement qui, par sa forme ou sa matière, implique déjà un univers héroïque, non seulement appelle un scénario et un

prolongement publicitaire, mais s'accommode d'un décor extérieur dont les images glissent sur des structures elles-mêmes héroïques. Ces deux séries caractérisent fortement la décennie 1980. Les créateurs exploiteront largement la première. Les références à la vamp et à la star hollywoodiennes ou aux héroïnes des films noirs des années 1930 ou 1940 sont fréquentes et les fourreaux noirs ou les tenues panthère ou léopard de la première, les tailleurs pied-de-poule ou prince de Galles, les trench-coats et les imperméables des secondes fournissent comme des modèles premiers à partir desquels se développe tout un ensemble de vêtements. La seconde série d'images n'est pas moins manifeste. Peut-être même déploie-t-elle avec plus de force encore, comme en compensation aux sombres et mortifères figures féminines, sa symbolique ascensionnelle et spectaculaire. Quand des vêtements, parce que d'inspiration guerrière, ne disent pas d'eux-mêmes un univers héroïque, ils trouvent de fait dans l'imagerie des photographies de mode ou des plaquettes publicitaires qui les mettent en scène la traduction métaphorique de leur signification. Ainsi, aux vêtements somptueux, majestueux et qui contraignent les corps correspondent le plus souvent des images de ville, de montagne ou de désert, aux lignes verticales, à la luminosité extrême et aux contrastes violents.

Cet univers héroïque de la mode des années 1980 trouve assurément son apogée en juillet 1987 avec la collection haute couture de Christian Lacroix : majesté des formes, luxe de ses tissus, références méditerranéennes comme

une quête de la lumière et du soleil, somptuosité rarement égalée.

Sans doute a-t-il des prolongements bien au-delà, ne serait-ce que par la starisation des mannequins qui commence à se mettre en place à ce moment-là et qui se prolonge jusqu'au milieu de la décennie suivante, ce qui ne saurait être complètement sans effet sur les créateurs et, par suite, sur la création elle-même. Pourtant, quand bien même la haute couture, libérée des contraintes du prêt-à-porter et prête à toutes les expérimentations, tendrait d'elle-même, à l'exemple de Christian Lacroix, vers l'apparat et le majestueux, l'« héroïque » donc, c'est sous le régime nocturne que ne tardent pas à se placer la plupart des images de mode, qu'elles procèdent de la haute couture ou du prêt-à-porter. Si elles se partagent encore jusqu'au début des années 1990 entre régime diurne et régime nocturne, elles s'organisent ensuite, et ce jusqu'à aujourd'hui, presque exclusivement – souvent à plus de 80 % – autour de structures synthétiques et de structures mystiques. Ce sont en effet la confusion des époques, des cultures, des genres si ce n'est celle des sexes, la juxtaposition des couleurs et des motifs les plus détonants qui caractérisent la mode depuis lors. À tous les niveaux des images : au niveau des vêtements eux-mêmes comme à celui des mannequins – toutes les races et tous les mélanges de races se croisent dorénavant sur les podiums – ou à celui des photographies de mode qui multiplient et, parfois, juxtaposent les décors les plus divers. Sur ce fond synthétique qui devient la norme et, dès lors, finit par ne

plus être pleinement significatif, c'est plus encore un univers mystique qui se dégage. Redoublements, superpositions, draperies, plissés, robes swingantes, pastels, matières tactiles, fluides, féminines, luisantes, satins lubrifiés, imprimés, broderies, dentelles même, se multiplient pour se combiner et susciter des images de femme qui vont de la traditionnelle et aérienne sylphide, ou d'un ensemble de figures romantiques à des images très diverses : moins habi-tuelles, difficiles à définir ou même, inédites. En outre, la prégnance des structures mystiques dans la mode la plus contemporaine des années 1990 se manifeste également avec force par l'exigence du confort, d'une relation de quasi-fusion avec son vêtement et, dès lors, par le développement d'un certain nombre de matières comme la viscose qui y répondent, car « à ce niveau mystique ce n'est plus la forme qui importe, mais la matière, mais la substance » [11] puis, au-delà, par le sportwear comme modèle hégémonique du prêt-à-porter et du négligé vestimentaire actuel. À l'inverse, cette prégnance peut se lire aussi dans les expérimentations apparemment les plus éloignées des fonctions pragmatiques du vêtement, y compris même de sa fonction première : celle de pouvoir être porté. Ce sont, bien entendu, les protubérances, les déformations et les prothèses les plus diverses cultivées par bien des couturiers et qui semblent parfois renvoyer à la maternité, mais c'est aussi une mode qui oscille entre art conceptuel et réflexion sur le vêtement.

Ces grandes tendances de la mode observées depuis près d'un demi-siècle et interprétées en termes

durandiens fournissent bien des renseignements sur les mouvements qui agitent souterrainement les sociétés contemporaines, et décident de leur transformation et de leur évolution. Les régimes et les structures identifiant une période donnée indiquent tout d'abord une position philosophique vis-à-vis du monde. Le régime diurne et les structures schizomorphes de l'imaginaire sont significatifs d'une société gouvernée par la toute-puissance de la raison, tandis que le régime nocturne et ses structures mystiques ou synthétiques caractérisent tout au contraire des sociétés qui accordent quelque place sinon à l'irrationnel du moins à d'autres moyens d'accès à la connaissance : au sensible, à l'intuition ou à l'imagination.

Ainsi les années 1960, qui peuvent être définies par un imaginaire où les structures schizomorphes sont très largement dominantes, apparaissent-elles à cet égard comme un avatar du prométhéisme qui, depuis les Lumières au moins et durant tout le xix^e siècle a assuré sa maîtrise sur les sociétés occidentales. Il y aurait par suite quelque logique d'en dire de même des années 1980 qui, elles aussi, relèvent du régime diurne. Pourtant, si les structures schizomorphes s'avèrent importantes, elles coexistent avec un imaginaire des visages du temps et de la mort très présente, et quand l'époque semble un autre avatar du prométhéisme affirmant les bienfaits de la raison, c'est sans doute moins décisivement et sur un mode sensiblement différent, qui indique peut-être moins une prise de position philosophique qu'un positivisme social. Les années 1970, au regard de la majorité de ses

images qui s'organisent autour de structures mystiques et synthétiques, apparaissent quant à elles comme une remise en question du prométhéisme. « Le souci du compromis est la marque du Régime nocturne » [\[12\]](#) et ce souci se manifeste dans une attitude philosophique qui, fondée sur le sentiment de la nature ou sur celui de l'accord cosmique, oscille entre naturalisme et mysticisme ou qui, quand elle finit par aboutir au désir, synthétique, de tout concilier (le rationalisme et le mysticisme, l'intellect, l'intuitif et le sensible), privilégie le syncrétisme. Cette attitude trouve son prolongement pratique, par exemple, dans la volonté de se brancher aux sources vives de la nature et dans les préoccupations écologiques, et se poursuit pendant la décennie 1990. Mais cette dernière qui, à partir d'un socle « synthétique » développe un imaginaire fondamentalement mystique, adopte une vision essentiellement naturaliste à la religiosité diffuse.

C'est toutefois, plus évidemment encore qu'une position philosophique, l'attitude morale d'une société vis-à-vis du monde et de la vie en général, ses manières de se considérer elle-même et d'être ensemble, que l'imaginaire de la mode permet, plus que n'importe quel autre, de mettre en évidence. Cette attitude prend tout son sens et toute sa portée si l'on oppose deux à deux les quatre grandes périodes, identifiées par les structures dominantes de leurs images.

L'univers héroïque de la mode des années 1960 est celui d'une société ayant confiance en elle-même, en sa capacité à affronter les défis qu'elle rencontre et qui,

conquérante, s'engage, au mépris de toute réalité, dans une terrible effervescence prospective où rien ne semble impossible. Mais, en même temps, cet univers, en excluant pratiquement jusqu'à la possibilité de tout autre univers, manifeste un manque et s'oblige de lui-même à se convertir, pour retrouver un équilibre. Et, en ce sens, les univers mystique et synthétique de la mode des années 1970 apparaissent à la fois comme son prolongement et sa contestation. S'ils ne remettent pas nécessairement en question cette confiance en soi qui faisait la particularité de la période précédente, ils en reconsidèrent les moyens. N'exprimant plus une foi totale dans le progrès technologique, ils cherchent, en faisant retour vers le concret, à l'équilibrer avec une gestion attentive du quotidien et à trouver à l'évolution du monde une traduction dans les différents compartiments de la vie sociale. Les structures mystiques trahissent en effet un repli vers l'intimité, le souci d'une relation apaisée avec l'environnement immédiat et celui d'un bien-être intérieur.

Le régime diurne des années 1980 diffère quelque peu, comme on l'a déjà remarqué, de celui des années 1960. Il exprime le dynamisme de sociétés à nouveau confiantes en elles-mêmes, en leur avenir et tendues vers un progrès économique et une modernité qui se livre dans leur maîtrise des technologies. Il affiche surtout une essentielle modification dans le régime des sexes qui avait prévalu depuis des siècles. En multipliant les images d'une féminité inquiétante et mortifère, il manifeste bien une liaison traditionnelle entre la femme et la mort mais, en leur opposant, parfois en leur

juxtaposant, un univers héroïque, il dit en même temps l'ascension sociale de la femme. À une femme qui menacerait l'homme dans son pouvoir, mais aussi dans son être et son identité, se superpose une femme conquérante, par laquelle s'effectuera l'évolution des sociétés, une femme synonyme de progrès et d'avenir. De cela, le régime nocturne et les structures mystiques dans lesquels, dès la fin des années 1980, bascule l'imaginaire de la mode, ne sont pas un prolongement, fût-il contestataire, mais bien plutôt une rupture et un changement de perspective. À une angoisse existentielle et sociale à laquelle répond la fuite en avant dans l'action et dans le risque, quand ce n'est vers la transcendance, succède l'euphémisation de cette angoisse par le repli frileux sur soi et les limitations de la morale. Bref, après le vent du grand large, le retour à l'authenticité du village. D'une manière générale, ces structures mystiques expriment une plongée dans la nuit, un retour sur soi, dans l'intimité de la substance ; mais aussi la défiance du désir et de la beauté, et la volonté de ne plus séduire qui va avec, ainsi, à l'évidence, qu'une terrible difficulté d'être.

Notes

[1] Paris, Austral, 1996.

[2] G. Durand , Les structures anthropologiques de l'imaginaire, Paris, Dunod, 1984, p. 55.

[3] Ibid., p. 61

[4] Ibid., p. 209 sq.

[5] Ibid., p. 308 sq.

[6] Ibid., p. 399.

[7] Ibid., p. 400 sq.

[8] G. Durand, Les structures anthropologiques de l'imaginaire, p. 308.

[9] Ibid., p. 250.

[10] Ibid.

[11] G. Durand , Les structures anthropologiques de l'imaginaire, p. 317.

[12] Ibid., p. 307.

Conclusion

À l'issue de cette présentation des discours qui, depuis plus d'un siècle, se sont donnés pour objet d'observation et d'étude, directement ou indirectement, ce phénomène social contemporain qu'est la mode, il apparaît que la sociologie de la mode est encore une sociologie en gestation. Non seulement elle peine à se constituer en discipline autonome dans le champ des différentes sociologies, mais elle tend à renvoyer son objet à d'autres champs du savoir comme l'histoire et l'histoire de l'art, la sémiologie, la psychologie...

Quelques belles directions ont toutefois été tracées. La théorie de loisir ostentatoire de Veblen et la dialectique d'imitation et de distinction de Simmel ont pesé incontestablement sur le regard que l'on porte sur le phénomène social, et, quand bien même les évolutions les plus récentes des sociétés et de la mode elle-même pourraient, sinon les remettre totalement en question, du moins demander quelques aménagements importants, bien des études ont eu encore tendance dans les décennies passées à s'appuyer sur elles. Certaines directions récentes comme celles permises par la sémiologie ou les approches « féministes », même si elles n'ont pas donné encore toute leur mesure, ont engagé des renouvellements intéressants. Mais sans doute est-ce dans un changement plus général de perspective qui place le vêtement et, donc, la mode au

centre de l'interrogation sociologique et non plus dans ses marges que se trouve le renouvellement le plus prometteur. Ce changement de perspective implique presque de lui-même un changement d'approche qui, plutôt que de chercher à saisir directement les relations qu'entretient l'homme contemporain avec le vêtement, considère que c'est surtout indirectement, par l'intermédiaire de l'imaginaire et des représentations, que sont déterminées nos relations au vêtement, et qui privilégie, par conséquent, l'analyse, avec les moyens appropriés, des images du vêtement et de la mode.

Quelles que soient toutefois les directions empruntées, celle d'une sociologie positiviste qui travaille à partir de statistiques et d'une observation quantitative ou celle d'une sociologie de l'imaginaire qui fait apparaître la mode comme une pensée symbolique du social, le développement d'une sociologie de la mode ne saurait laisser indifférent. Ses implications sont nombreuses. Une meilleure connaissance de la mode, de ses mécanismes et de ses fonctions, est non seulement devenue une nécessité pour bien des secteurs d'activité économique concernés, mais elle constitue aussi une base indispensable pour une réflexion d'ordre économique comme psychologique sur le vêtement.

D'une manière générale, l'industrie de la mode dans son ensemble a déjà tout à gagner d'une plus grande lisibilité du phénomène et peut, en outre, tirer des analyses menées par des sociologues quelques enseignements précieux en matière de marketing, comme celui, par exemple, qui permet de comprendre le succès d'un

couturier par la conformité de son imaginaire personnel à l'imaginaire général d'une époque. Gageons d'autre part que la réflexion économique, qui n'a pas réservé une attention particulière au secteur de la mode dans la plupart de ses études, pourrait trouver dans une observation sociologique affinée un outil de travail précieux et des raisons pour conduire des études plus ciblées. Mais, peut-être est-ce surtout des investigations d'ordre psychologique qui bénéficieraient le plus du développement de cette observation. Elle constitue en effet une base indispensable à partir de laquelle il importe de considérer – et de reconsidérer – les relations qu'à titre individuel tout un chacun entretient avec le vêtement. Sans doute est-ce faute d'avoir pu disposer de cette base qu'une psychanalyse du vêtement n'a pas réussi à s'imposer. Et, dès lors, il deviendrait possible de remédier au surprenant silence de la psychanalyse pour ce qui concerne le vêtement.

On le voit, les enjeux d'une sociologie de la mode dépassent largement le cadre d'une discipline, comme on pouvait d'ailleurs l'attendre d'un objet qui, par lui-même, est transdisciplinaire. Cela donne la mesure de leur importance et il n'est pas douteux que, en retour, la sociologie de la mode ait à gagner à se tourner vers d'autres disciplines pour cerner un objet, qui par définition, n'appartient totalement à aucune.

Bibliographie

- Balzac H. (de) *Traité de la vie élégante*, [1830], La Comédie humaine, Paris, Le Seuil, « L'Intégrale », 1966.
- Barthes R. , *Histoire et sociologie du vêtement*, Annales XX, Paris, 1957, *Pour une sociologie du vêtement*, Annales XVI, Paris, 1957, *Système de la mode*, Paris, Le Seuil, « Points », 1967, *Le bleu est à la mode cette année*, Paris, ifm, 2001.
- Barbey d'Aureville J. , *Du dandysme et de George Brummell* , in *Œuvres complètes* Paris, Gallimard, « La Pléiade », 1964.
- Baudelaire Ch. , *Œuvres complètes*, Paris, Gallimard, « La Pléiade », 1975.
- Bell Q. , *Mode et société. Essai sur la sociologie du vêtement* [On Human Finery 1976,] Paris, puf, 1992.
- Bollon P. , *Morale du masque. Merveilleux, zazous, dandys, punks, etc.*, Paris, Le Seuil, 1990.
- Bourdieu P. et Delsaut Y. , *Le couturier et sa griffe : contribution à une théorie de la magie*, in *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 1janvier 1975.
- Bourdieu P. , *La distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Minuit, 1979.
- Carlyle Th. , *Sartor resartus. La philosophie du vêtement* [1833], Paris, Aubier-Montaigne, 1973.
- Descamps M.-A. , *Le nu et le vêtement*, Paris, Éditions Universitaires, 1972, *Psychosociologie de la mode*, Paris, puf, 1984.
- Deslandres Y. , *Le costume. Image de l'homme*, Paris,

Albin Michel, 1976.

Deslandres Y. et Müller F. , Histoire de la mode au XX^e siècle Paris, Somogy, 1986, Les modes vestimentaires dans la société occidentale, in Histoire des mœurs, I, Paris, Gallimard, « La Pléiade », 1990.

Elzingre M. , Imaginaire et visions du féminin : la création dans le vêtement féminin, Cahiers de l'imaginaire, n ° 9 Paris, L'Harmattan, 1993, Femmes habillées. La mode de luxe, styles et images, Paris, Austral, 1996.

Flügel J.-C. , Le rêveur nu. De la parure vestimentaire [Psychology of Clothes, 1930], Paris, Aubier-Montaigne, 1982.

Fortassier R. , Les écrivains français et la mode. De Balzac à nos jours, Paris, puf, 1988.

Gautier Th. , De la mode, Paris, Poulet-Malassis, 1858.

Grumbach D. , Histoires de la mode, Paris, Le Seuil, 1993.

Harvey J. , Des hommes en noir Paris, Abbeville, 1998.
(trad. de l'anglais par J. Lee)

Hollander A. , Seing through Clothes, London, 1988, Sex and Suits. The Evolution of Modern Dress, New York, Kodansha International, 1994.

Kidwell C. B. et Steele V. (eds) Men and Women: Dressing the Part, Washington DC, Smithsonian Institution Press, 1989.

König R. , Sociologie de la mode [Kleider und Leute, Zur Soziologie der Mode, 1968], Paris, Payot, 1969.

Kroeber A. L. , On the principle of order in civilization as exemplified by changes of fashion, in American Anthropologist, vol. XXI, 1919.

Kroeber A. L. et Richardson J. , Three centuries of

women's dress fashion; A quantitative analysis, in Anthropological Records, University of California Press, n° 2vol. 5, 1940.

Laurent J. , Le nu, vêtu et dévêtu, Paris, Gallimard, 1979.

Laver J. , Modesty in Dress. An Inquiry into the Fundamentals of Fashion London, Heinemann, 1969, Histoire de la mode et du costume [1969], Paris, Thames & Hudson, 1990.

Lemoine-Luccioni E. , La robe. Essai psychanalytique sur le vêtement, Paris, Le Seuil, 1983.

Lipovetsky G. , L'empire de l'éphémère. La mode et son destin dans les sociétés modernes, Paris, Gallimard, 1987.

Lurie A. , The Language of Clothes, New York, Random House, 1981.

Monneyron F. , Séduire. L'imaginaire de la séduction de Don Giovanni à Mick Jagger Paris, puf, 1997, La frivolité essentielle. Du vêtement et de la mode Paris, puf, 2001, La mode et ses enjeux Paris, Klincksieck, 2005, ; (sous la dir. de), Le vêtement (Colloque de Cerisy), Paris, L'Harmattan, 2001.

Olbak H. , Soral A et Pasche A. , Les mouvements de mode expliqués aux parents, Paris, Robert Laffont, 1984.

Natta M.-Ch. , La mode, Paris, Anthropos, 1996.

Pages-Delon M. , Le corps et ses apparences. L'envers du look, Paris, L'Harmattan, 1989.

Peretz H. , Le vendeur, la vendeuse et leur cliente. Ethnographie du prêt-à-porter de luxe, Revue française de sociologie, n° 11992.

Perrot Ph. , Les dessus et les dessous de la bourgeoisie. Une histoire du vêtement au XIX^e siècle,

Bruxelles, Complexe, 1984, Le luxe. Une richesse entre faste et confort xviii^e-xix^e siècles, Paris, Le Seuil, 1995.

Polhemus T. , Street Style: From Sidewalk to Catwalk, London, Thames and Hudson, 1994.

Purdy D. L. (ed.)The Rise of Fashion, Minneapolis, University of Minnesota Press, 2004.

Roche D. , La culture des apparences. Une histoire du vêtement xvii^e-xviii^e siècles, Paris, Fayard, 1989.

Roselle B. (du) , La mode, Paris, Imprimerie nationale, 1980.

Simmel G. , Philosophie de la modernité Paris, Payot, 1989, (trad. de l'allemand par J.-L. Vieillard-Baron) ; La mode [1895], in La tragédie de la culture Paris, Rivages, 1993. (trad. de l'allemand par S. Cornille et Ph. Ivernel)

Soral A. , La création de mode, Paris, sis, 1987.

Spencer H. , Principles of Sociology [1876-1906], 4 vol., Seattle, University Press of the Pacific, 2004.

Steele V. , Paris Fashion. A Cultural History New York, Oxford University Press, 1988, Fétiche. Mode, sexe et pouvoir Paris, Abbeville Press, 1997, (trad. de l'anglais par Marie-Ange Guillaume) ; Se vêtir au xx^e siècle. De 1945 à nos jours, Paris, Adam Biro, 1998.

Tarde G. (de) , Les Lois de l'imitation, étude sociologique [1890], Paris, Kimé, 1993.

Toussaint-Samat M. , Histoire technique et morale du vêtement, Paris, Bordas, 1990.

Veblen Th. , Théorie de la classe de loisir [The Theory of the Leisure Class, 1899], Paris, Gallimard, « Tel », 1970.

Waquet D. et Laporte M. , La mode, Paris, puf, 1999.

Yonnet P. , Jeux, modes et masse. La société française et le moderne (1945-1985), Paris, Gallimard, 1985.

