

Synopsis d'une mondanité. La mode, le défilé, les événements

par Mathieu Buard

Si l'on considère la mode comme catégorie esthétique, tel que l'on peut déterminer une conception esthétique et sa catégorie pour le cinéma ou la peinture, alors ce texte propose de décrypter les moments déterminants de la mode comme structure et médium d'un régime esthétique spécifique. Il s'agira d'esquisser les contours et la définition du terme mode, étant entendu qu'il convient de poser la mode dans une perspective qui dépasse le vêtement seul pour définir une qualité de présent. Il s'agit ainsi de proposer et d'analyser les structures esthétiques de la mode, comprises du point d'effervescence qu'est le défilé jusqu'aux *champs élargis*¹ des productions des stylistes d'éditoriaux de la presse de magazine comme *Vogue*, du choix d'un corps jusqu'aux moyens de distribution et d'absorption par les stratégies marketing destinées au grand public...

1.
Terme propre à Rosalind Krauss pour définir la qualité attribuée à une définition du médium sculptural chez les minimalistes et postminimalistes.

Voir R. KRAUSS, *L'originalité des avant-gardes et autres mythes modernistes*, Paris, Macula, 1993.

Le défilé semble reprendre la forme de la présentation cinématographique et s'imposer comme moment de conception esthétique essentiel de la mode. La scène épique du défilé ecclésiastique de

Roma, réalisé par Roberto Fellini en 1972, annonce le moment du défilé comme la cristallisation d'une présentation totale, moment phénoménal où tout est maîtrisé et dont la finalité est la présentation d'une image, d'une vision, d'un tableau. Si Fellini ne filme pas un véritable défilé, mais plutôt la satire d'une représentation exacerbée de l'esthétique baroque catholique, de la mitre aux attributs papaux, il en décrypte et reproduit les formes mêmes. Évidemment ce défilé est burlesque, grotesque, mais il révèle aussi en creux les moyens, libérés d'un jugement de goût, d'une collection de vêtements, et propose une circonscription du médium de la mode défini par une qualité de présent, moment événementiel. Il pose une définition et une grille d'analyse de ce qui doit être perçu comme une esthétique, c'est-à-dire un ensemble sensible, subjectivé, mis en tension par le regard attentif d'un public qui assiste à cette présentation.

Charles Baudelaire définit la modernité comme l'*esthétique du temps*. Cette modernité, il l'entend comme « le transitoire, le fugitif, le contingent, la moitié de l'art, dont l'autre moitié est l'éternel et l'immuable »². La mode, cette chose inqualifiable dont la structure est discernable mais polymorphe : ses formes semblent prendre à leur charge une définition de la modernité. Si le terme « mode » est aussi vague que paradoxalement très précis, c'est qu'il est à la fois manière et mesure, qualité et quantité. Ce terme annonce radicale-

2.
C. BAUDELAIRE,
La modernité. Écrits sur l'art, Livre de poche,
1999 (1863),
p. 517-521.

3.
G. SIMMEL, *La
tragédie de la culture*,
Rivages poche Petite
Bibliothèque, 1988
(1911), p. 92.

ment un univers qui, si l'on cherche à le qualifier, tout *fugitif*, échappe. En revanche, les phénomènes produits, on le voit, sont circonstanciés. La mode se déploie dans cette *esthétique du temps*. Dans une perspective pragmatique de cette esthétique du temps présent, Georg Simmel analyse le phénomène de la mode et propose « la totale indifférence de la mode à l'égard des normes objectives de la vie (...). L'abstraction de la mode, ancrée dans l'être le plus profond de celle-ci et conférant au moderne, de par son "irréalisme", un cachet proprement esthétique. »³. La mode est certes fugitive mais les traces objectivées de son passage persistent. En cela, le défilé comme vision irréaliste et abstraite est le prisme radical de l'intention subjectivée du designer.

Le défilé comme symptôme

Le défilé, dans son déroulement et système de présentation, affirme une conception esthétique accomplie de la mode et détermine une catégorie objective observable. Ce *show off* affiche tout au moins l'ambition d'une totalité, réunion d'un ensemble de phénomènes sensibles sinon plastiques. Le podium ou *catwalk* définit l'espace de la présentation : un chemin tracé qui détermine par avance les *travellings* et mouvements des corps. Une musique qui ouvre, accompagne et ferme ce « spectacle » et conduit l'allure des corps. Une mise

en lumière qui focalise l'apparition des silhouettes. La collection déposée, c'est-à-dire la mise en ordre définitive des vêtements sur des corps eux-mêmes ordonnés selon un passage, un rythme et un mouvement : un montage cinématographique. L'ensemble mis bout à bout témoigne d'une représentation intense et imprime la manifestation d'un corps particulier, d'une incarnation. La déambulation de ce corps trouve une station figée, une pose corporelle qui s'apparentent souvent à une pause sculpturale qui s'offre comme qualité de présent maximisé, voire totalisé. Comme pour l'opéra ou le cinéma, tout ce qui rentre dans le cadre ou le champ de la représentation est tenu, contenu pour former une représentation totale. Ce qu'est un défilé alors : une vision totalisée, moment fugitif d'une vision absolue et irréelle et finalement irreproductible.

Il ne s'agit pas ici de valider ou d'invalider la valeur fonctionnelle et commerciale des défilés comme temps de présentation d'une collection de vêtements. Mais la valeur événementielle, incontestable, tient de la qualité de présence et de présent de ce qui défile. Le défilé est un événement esthétique en soi. Pour Victor Segalen, il s'agit de « la science à la fois du spectacle, et de la mise en beauté du spectacle ; c'est le plus merveilleux outil de connaissance. C'est la connaissance qui ne peut être et ne doit être qu'un moyen non pas de beauté du monde, mais de cette part de beauté

4.
V. SEGALÉN,
*Essai sur l'exotisme, une
esthétique du divers*,
Paris, Fata Morgana,
1994 (1908), p. 82.

5.
*Le nouveau Petit Ro-
bert*, Paris, le Robert,
2007.

que chaque esprit, qu'il veuille ou non, détient, développe ou néglige. C'est la vision propre du monde. »⁴. Il pose le rôle du designer de mode face au contemporain et induit la lecture de l'esthétique mise en place.

La collection, esthétique du divers ou la pensée d'un exotisme contemporain

Une collection, dans la perspective vestimentaire est un « ensemble des modèles présentés en même temps »⁵, plus généralement, c'est une « réunion d'objets ayant un intérêt esthétique, politique (...), une valeur provenant de leur rareté, ou rassemblés par goût de l'accumulation. » Dans ce sens, la scène du défilé ecclésiastique de *Roma* présente un ensemble de modèles et d'accessoires dont l'intérêt est la distinction d'une esthétique du religieux, démonstration sociale à laquelle Fellini adjoint avec ironie une fonctionnalité burlesque. Cet ensemble est une série de silhouettes pensées comme hiérarchie et singularité. Chaque vêtement est une unité complexe dont les qualités de coupes, de matières, de couleurs sont mises en rapports pour définir une forme pensée et qui témoigne d'une place et d'une fonction dans la hiérarchie, dans une catégorie supérieure. Les vêtements sont alors pensés dans une interrelation les uns par rapport aux autres et occupent une place

qui, si l'on en supprimait un, déséquilibrerait l'ensemble. La collection est donc un ensemble fermé, une gamme définie qui, en affirmant un plan de collection, construit une unité plus grande. Le défilé est le temps de la présentation de cette unité esthétique.

La lecture de Segalen sur la collection est pertinente au sens où elle installe durablement dans des écarts les qualités de l'ensemble. Une collection de vêtements peut se comprendre comme une *esthétique du divers* classé ou subtilement rapproché. Le divers, c'est ce que s'autorisent les designers quand ils commencent à faire cohabiter ensemble des éléments différents mais qui, sur une modalité de couleur, de nuance, de texture... les installent dans la dialectique. La gamme est un ensemble de différences et produit dans le regard ce que l'on peut nommer l'esthétique du temps, un exotisme qui serait le sentiment du divers. Une collection, en contenant les différences d'une hiérarchie, produit des assemblages « cependant voici un spectacle de Différence où il est difficile de l'apercevoir encore : tout semble bien se passer dans l'esprit. C'est le spectacle des Antinomies ». C'est de là que naît le Divers : « des notions qui non seulement diffèrent, mais qui s'opposent directement entre elles ! Si la valeur croît en fonction de la différence, quoi de plus savoureux que l'opposition des irréductibles, le choc des contrastes éternels ? »⁶.

6.
V. SEGALEN,
op. cit., p 59.

Stylisme photographique, réformer l'événement

Si le défilé donne à voir l'unité cohérente, l'événement irréel mais parfait de la logique de la collection, la vie des vêtements images et réels n'existe par la suite que dans leurs dispersions : une diaspora formelle. L'unité perdue de la collection réintroduit le sentiment du divers, mais sous l'angle de la perception extérieure. S'ensuit que le vêtement est pris dans le faisceau d'une nouvelle subjectivité. Le propos sur le divers commençant par la notion d'individualisme, le nouveau cadre stylistique introduit le vêtement prélevé dans un univers nouveau. Le prisme esthétique change et ce changement entraîne la fabrication photographique et éditoriale.

«La visée qui s'incarne dans la mode est une perspective d'analyse sur le monde, une représentation du temps présent, de l'esthétique du temps. »

Ainsi une série mode, dans *i-D*, *Vogue*, *V magazine*, reforme une cohérence, une unité plus générale, et donc moins singulière, d'une esthétique

tique du temps présent. La force événementielle d'un éditorial de mode serait la capacité à dire les symptômes du contemporain, de son esthétique. Mode et modernité s'accordent alors sur la notion de changement, de modification, de réforme. La mode, prédisposée à produire les conditions d'une esthétique, produit l'interruption d'une forme constituée et dispose les collections comme des moments de création à réformer. La série éditoriale rejoue alors une événementialité, tout aussi transitoire, en fixant dans un nouveau cadre, photographique seulement, le nouvel assemblage. Le cliché photographique donne un nouvel angle qui ne retient qu'un aspect et filtre pour le spectateur une qualité d'irréel, celle-là même que l'on peut finalement nommer contemporain. La photographie et le support de presse diffusent cette nouvelle image, comme médiatisation et grille de lecture de la modernité. La visée qui s'incarne dans la mode est une perspective d'analyse sur le monde, une représentation du temps présent, de *l'esthétique du temps*.

Le corps est une figure

Ainsi le vêtement, l'imprimé, le motif, la photographie, le défilé, la parution, le créateur : tous semblent s'appuyer sur le régime du voir, acuité exacerbée sur le monde (captation) dont la mode

7.
B. EASTON ELLIS,
American Psycho,
trad. A. Defossé,
Paris, Robert Laffont,
1992.

8.
B. EASTON ELLIS,
Glomorama,
trad. P. Guglielmina,
Paris, Robert Laffont,
2000.

est le phénomène esthétique. Reste qu'il y a une surdétermination du corps (retranscription) qui incarne cette acuité. Il y a un corps qui domine les représentations et qui à l'évidence incarne cette perspective, en somme il y a un corps contemporain, figure du présent qui témoigne de l'esthétique du temps. Ce corps figure est éminemment symptomatique pour ce qu'il dit. Il y a un corps à la mode. Les agences de mannequins et la présence d'un corps systématique voire typologique à chaque collection annoncent ce symptôme. On pourrait alors s'interroger sur ce qui préside à l'émergence d'un corps comme typologie, dans le contemporain, et particulièrement pour la mode. Comme un mythe, une structure virtuelle, le corps témoigne de projections, celle du designer, celle de l'histoire, celle du contemporain.

L'œuvre de Bret Easton Ellis est paradigmatique, *American Psycho*⁷ puis *Glamorama*⁸ sont la saisie de corps stéréotypés et leurs reprises dans des narrations qui radicalisent l'assemblage du vêtement pour l'un et l'image de mode pour l'autre. Dans *American Psycho*, le héros développe à l'obsession des coordonnées vestimentaires, des attitudes et poses, en somme un système de relations fruit d'une vision qui excède largement le vêtement pour l'obsession des corps. Patrick Bateman se pense comme une incarnation de l'homme moderne, perspective spécifique sur la question du masculin, capitaine de la société postindustrielle. Le

rôle du corps apparaît alors comme le point convergent de la mode, le corps n'est pas en premier lieu une mensuration mais l'image, la représentation d'un statut. On peut poser l'hypothèse que le corps est une forme de médiation de la mondanité. Un rapport du corps au monde, esthétique, où le corps produit l'esthétique par sa qualité de présence, sa qualité phénoménologique. Pure phénomène, un corps standard et beau, où seules comptent les mesures, voilà comment l'on pourrait qualifier la typologie dans laquelle se range le jeune mannequin, héros de *Glamorama*, Victor Ward. Dans les deux cas, de Ward à Bateman, le corps signifie et représente une figure. La mode, en choisissant une typologie de corps ne procède pas différemment.

Prêt-à-porter, formes critiques ?

Le vêtement réel est produit, distribué, décliné, diffusé. Il entre dans l'usage et la réalité opérative de ses fonctions. Le prêt-à-porter ne suppose aucune autre équivoque. Sa fonction est d'être portable et non ajustable. La valeur du standard (mensurations) évoquée plus haut est ici centrale. Le standard, c'est la stratégie de la plus grande distribution économique et industrielle. À ce titre, le vêtement réel est compris dans une norme qui l'éloigne de l'irréalité des qualités esthétiques de la mode. Ce qu'il faut saisir c'est l'articulation entre

le vêtement image qui produit l'identité et le désir pour le vêtement réel. La représentation image produit une captation et les conditions d'une identification, d'une singularité que le vêtement réel doit pouvoir encore contenir ; la forme du vêtement réel dialogue de l'écart entre l'abstraction de l'image et la réalité objective du corps, de la production, de l'objet même pour peu qu'on le considère par sa forme, sa couleur, sa matière... L'esthétique industrielle du prêt-à-porter est indiscutable, l'enjeu étant pour la mode de tenir le pari d'une distinction suffisante, d'une représentation en somme encore palpable. Lorsque Saint Laurent ouvre sa boutique Saint Laurent Rive Gauche, l'objectif est de créer une mode prêt-à-porter qui n'est pas celle de la Couture, mais celle de la diffusion d'un vêtement haut de gamme produit industriellement. Dans cette perspective, le vêtement répond à une forme de production mais témoigne tout autant du mode de production industrielle dans ce qu'il a de moderne. L'esthétique industrielle non pas comme progrès mais comme sensibilité sociale, dans cette circonstance, est l'esthétique du présent.

Le *mass market* à ce titre est l'épuisement de l'esthétique non pas seulement par la trop grande diffusion mais par la trop grande réduction de la forme esthétique à une simple forme vide, pur assemblage de tissus selon des codes formels insignifiants. Comme l'explique Simmel, « l'intention de la mode présente est de plus en plus liée, elle

aussi, à la structure objective du travail dans le système économique »⁹. De H&M à Uniqlo, le vêtement est désincarné ; tant et si bien que la stratégie opératoire actuelle demande l'intervention d'un styliste de renom, pour insuffler cet esprit de modernité qui n'est plus celui de l'ère industrielle et postindustrielle. La logique de distribution et de renouvellement ne laisse plus le temps à l'identification ni à la saisie d'une quelconque esthétique, et s'appuie sur un principe d'usure immédiat... Pourquoi parler alors de forme critique ?

9.
G. SIMMEL,
op. cit., p 94.

Le style de la mondanité : une qualité de présent

En questionnant le vêtement du point de vue du standard, la mode a pu toucher à la définition minimale de sa structure. En effet, en interrogeant le vêtement du point de vue de sa réalité objective, quantifiable, dans un mouvement de recul, la mode a redéployé la valeur esthétique de sa contemporanéité. Les moments et temporalités de la mode, de la création du phénomène à sa diffusion aux différents publics, certes par l'industrie et ses méthodes de commerce, ont surtout affirmé sa capacité à faire du présent son médium, sa qualité d'événement d'un présent immédiat et préhensible. La mode est alors la manière d'*être* de son temps, d'*être* du contemporain ; qualité représentative de

distinction autant que d'identification. Le régime esthétique spécifique de la mode se pense selon ses incidences tant sur les corps qui la traversent que sur les relations sociales qu'elle organise. La mondanité, dans un sens étendu, détermine une lecture des publics, et donne à comprendre l'inscription de l'homme dans son rapport sensible au monde, que l'on peut définir comme *l'esthétique de la mode*.

«La mode est alors la manière d'être
de son temps, d'être du contempo-
rain ; qualité représentative de dis-
tinction autant que d'identification.»

La maxime que susurre la mère supérieure de *Roma*, Anna Wintour en puissance – « C'est le monde qui doit suivre l'Église, non l'inverse » – pourrait prendre cette tournure : « C'est le monde qui doit suivre la mode, non l'inverse ».