

MÉDIATIONS DE LA MODE

Le secteur de la mode est en pleine restructuration : création, production et communication ont vu récemment se modifier en profondeur les temps et les lieux où la mode se fait et se dit.

Le présent ouvrage propose une description fine des lieux de passage – les défilés, les boutiques, les journaux, magazines et sites internet, les musées, l'espace urbain – où s'échangent les identités et les valeurs, traversées d'histoire, d'un domaine désormais incontournable parmi les pratiques culturelles.

Créateurs, marques, professionnels de la communication et consommateurs s'approprient en effet ces lieux comme autant de *médiations* afin de renouveler et faire signifier leur engagement dans la mode, jusqu'en sa dimension éco-citoyenne

Pauline Escande-Gauquié et **Valérie Jeanne-Perrier** sont enseignantes et chercheuses à Sorbonne Université (CELSA, Faculté des Lettres). Elles animent un séminaire pluridisciplinaire autour de la mode et de ses médiatisations, à la croisée des sciences de l'information et de la communication et des sciences humaines et sociales.

Couverture : © P. Escande-Gauquié

www.editions-academia.be

ISBN : 978-2-8061-0612-4

14,50 €



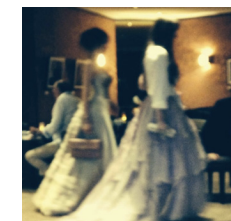
MÉDIATIONS DE LA MODE

Pauline Escande-Gauquié
et Valérie Jeanne-Perrier (dir.)

Sous la direction de

**Pauline Escande-Gauquié
et Valérie Jeanne-Perrier**

EXTENSIONS
SÉMIOTIQUES



MÉDIATIONS DE LA MODE



*Pauline Escande-Gauquié
et Valérie Jeanne-Perrier*

MÉDIATIONS DE LA MODE



D/2021/4910/XX

ISBN : 978-2-8061-XXXX-X

© **Academia-L'Harmattan s.a.**

Grand'Place, 29

B-1348 Louvain-la-Neuve

Tous droits de reproduction, d'adaptation ou de traduction,
par quelque procédé que ce soit, réservés pour tous pays sans
l'autorisation de l'éditeur ou de ses ayants droit.

www.editions-academia.be

Sémiotique de la mode, *revisited*

Sémir Badir

De *spécialistes* de la mode, jusqu'à un passé récent, il n'y en avait guère parmi les sémioticiens¹. Roland Barthes et A. J. Greimas sont bien chacun l'auteur d'un ouvrage consacré à la mode, respectivement, *Système de la Mode* (1967) et *La mode en 1830* (2000), ce dernier édité de manière posthume par les soins de Th. Broden et Fr. Ravaux-Kirkpatrick², mais ni l'un ni l'autre, et pas davantage Jean-Marie Floch (2004), auteur d'un petit livre — soixante-dix pages — dédié au « total look » de Chanel, ne se sont posés comme des spécialistes du domaine. Qu'est-ce que la mode a représenté pour Barthes et Greimas ? C'est en revenant sur le projet qui a été le leur, les difficultés qu'ils ont rencontrées et même certains constats d'échecs, qu'on voudrait réinterroger les conditions d'une « sémiotique de la mode » qui serait à la fois viable sur le plan théorique et applicable aux réalités contemporaines.

En l'occurrence, la réponse la plus immédiate est que pour Greimas comme pour Barthes, la mode représente un cas d'étude en apparence facile mais qui s'est finalement révélé décevant. Greimas, lors du colloque qui s'est organisé à Cerisy autour de son travail, a répondu de manière implacable à la question que Michel Arrivé lui posait sur sa thèse d'État en lexicologie :

¹ C'est en train de changer. Il faut mentionner, notamment, Calefato (2004 ; 2013) et Mathé (2014 ; 2020).

² Il s'agit en fait de la thèse de doctorat que Greimas a défendue à l'université de Paris en 1948.

Je crois que la fonction de mon passage par la lexicologie, c'est la fonction stimulante de l'échec. C'est parce que j'ai vu, après un travail de cinq ou six ans, que la lexicologie ne menait nulle part — que les unités, lexèmes ou signes, ne menaient à aucune analyse, ne permettaient pas la structuration, la compréhension globale des phénomènes — que j'ai compris que c'est « sous » les signes que les choses se passent (in Arrivé & Coquet éd. 1987, p. 302-303).

Pas un mot sur la mode dans cette réponse, ni même sur les journaux de mode qui constituaient pourtant le corpus d'analyse de cette thèse en lexicologie, juste, pudiquement, une allusion aux « phénomènes » que l'on cherchait à comprendre. Il est pourtant normal de se demander si l'élection de ces phénomènes-là en particulier, relatifs à la mode, n'est pas liée au constat d'échec. À tout le moins, on peut s'étonner que cette question n'ait pas été évoquée par Greimas, comme si tous les « phénomènes » devaient conduire au même type attendu de structuration.

Chez Barthes, le constat d'échec est ressenti et affirmé avant même la parution de *Système de la Mode*. Dans l'« Avant-propos » au livre, il déclare : « Cette aventure [de sémiotique appliquée], il faut le reconnaître, est déjà datée » (2002b, p. 897)³. Et, dans un entretien pour *Le Monde* : « Je suis persuadé que l'étude des signes non linguistiques est une abstraction, une utopie » (*id.*, p. 1307).

On s'en avise, Barthes, comme Greimas avant lui, fait l'aveu d'un échec de méthode : la sémiologie appliquée, non moins que la lexicologie vingt ans plus tôt, est obsolète. Cette fois, l'échec méthodologique entraîne avec lui la perte de l'objet mis à l'étude : une étude de la mode conçue comme « signes non linguistiques » est impossible. Quelle gageure pour les sémioticiens qui ambitionneraient de reprendre, après Greimas et Barthes, le projet d'une analyse de la mode ! À tout prendre, il

³ En quoi elle est datée, c'est ce qu'on ne saurait dire avec certitude, l'auteur alléguant seulement « certains livres importants » qu'il ignorait au moment de la recherche. Ces livres pourraient renvoyer, ainsi qu'il y fait allusion dans un entretien, à la linguistique de Chomsky, alors en pleine effervescence, ou à des analyses « moins taxinomiques » de Jakobson et Benveniste, plus attachées aux « règles de production de la parole » (Barthes 2002b, p. 1298).

paraît utile de tirer quelques leçons de ces aveux d'échec. On dénombrera quatre motifs d'échec qui conduisent chacun à un enseignement et permettront d'envisager à nouveaux frais une sémiotique de la mode.

Les échecs de l'analyse structurale de la mode

La première cause d'échec, déjà éclairée par les passages cités ci-dessus, est certainement la principale : les postulats d'analyse se sont révélés, à l'usage, non applicables à la mode ou peu efficaces. La mode résiste en effet aussi bien au postulat lexicologique d'une approche fondée sur des signes linguistiques qu'au postulat d'une analyse des objets considérés comme des signes non linguistiques. La variété des signes de mode est à la fois très étendue et peu significative ; autrement dit, il y a trop de signifiants pour trop peu de signifiés. La description mène à des inventaires ouverts ne donnant à voir que les invariances propres à l'habillement et à la physiologie du corps humain, notamment les partages entre corps masculin et corps féminin, haut et bas du corps, vêtements et sous-vêtements. En somme, en dépit du vœu que Saussure avait formulé pour la sémiologie, lequel proposait d'étendre la méthode de la linguistique structurale aux objets de la vie sociale, la mode n'est pas vraiment comparable au langage et ne se laisse dès lors pas bien saisir selon les moyens mis à la disposition depuis le modèle linguistique.

Une seconde cause d'échec se dégage des conclusions de la thèse de Greimas. Celui-ci observe, pour le déplorer, que le vocabulaire de mode, même dans les conditions d'homogénéisation qu'il a pris soin de poser, est hétérogène, tourné à la fois vers les professionnels de la mode et le grand public des journaux, pénétrant, écrit-il, « tous les domaines de la vie sociale — courants littéraires et spirituels, politique, théâtre, et jusqu'à la langue elle-même » (Greimas 2000, p. 143). Cette cause joue en miroir avec la première : la variété du vocabulaire de mode était perçue comme trop riche pour une analyse structurale ; son hétérogénéité est en revanche ressentie comme une pauvreté de constitution.

Avec le troisième motif d'échec, on entre dans le vif de la résistance que la mode oppose à l'analyse structurale, en découvrant ce qui rend cette résistance active : la mode déstabilise singulièrement la frontière entre la langue et les *realia*, le monde des choses face à celui des signes. Michel Arrivé, dans la préface qu'il a donnée à la publication de *La mode en 1830*, souligne avec raison que le parti pris de Greimas dans cette thèse est anti-saussurien (*id.*, p. XIII)... et bientôt ce parti pris est anti-greimassien, tant la posture épistémologique de Greimas va trouver à se modifier sur ce point. Greimas prétendait en effet « prendre pour point de départ le monde des réalités et non celui des mots » (*id.*, p. 7), le vocabulaire de mode n'offrant qu'un « reflet de la vie de société à une époque donnée » (*id.*, p. 143). En quoi la mode gêne-t-elle une telle affirmation ? Le problème n'est pas que le langage, à travers les journaux de mode, soient, pour nombre d'objets, le seul accès à leur présupposée réalité — cela est, on vient de le reconnaître, un parti pris *a priori* valide. Le problème est que la description lexicologique, pour ne pas être une simple liste ou un décalque de ces journaux, est bien obligée de tenir le langage pour constitutif des distinctions que Greimas pose comme externes au langage. Devant l'infinie variation de vêtements, ce sont bien les journalistes ou, derrière eux, les professionnels qui les informent, qui décident si les corsages sont croisés ou contrariés (car un corsage contrarié est une sorte particulière de corsage croisé — cf. Greimas 2000, p. 58) ou si l'assemblage de cheveux dans la coiffure grecque mérite de distinguer un tordu d'un tortillon (*id.*, p. 81).

Pour prendre le temps d'une comparaison : lorsque le botaniste établit une distinction entre les mousses et les lichens, ou lorsque le zoologue fait une distinction du même type entre les poissons et les mammifères aquatiques, il peut alléguer hors du langage des critères objectifs pour ce faire. Mais, pour la mode, le critère de distinction, c'est-à-dire ce qui constitue la variation vestimentaire en différence significative, ne peut résider que dans le langage. Ceci est certainement vrai pour toutes les choses sociales et culturelles, mais se vérifie remarquablement dans l'étude de la mode. D'où cette observation conclusive bien embarrassante de la part de

Greimas : le vocabulaire de la mode a un « caractère particulier et inhabituel », lequel « fausse le véritable caractère du mot [celui d'être un reflet d'une chose] par son asservissement au besoin d'attraction et au désir de faire impression » (*id.*, p. 143). Autrement dit, la mode oppose un démenti flagrant au parti pris méthodologique par lequel Greimas a voulu la saisir.

Barthes, on le sait, a pris le contre-pied de ce parti pris. Non pas exactement son contraire ; plutôt son envers. Renonçant à rien dire de la mode « réelle », le sémiologue prétend se contenter d'établir le système de la mode écrite ou, mieux, précise-t-il, décrite. Mais cette position, plus « respectueuse » du donné de l'analyse (les journaux de mode offrent bien des descriptions verbales de mode) n'est guère plus vaillante. Car, dans cette configuration, la mode, si elle n'est écrite, n'a plus le moindre statut. Barthes passe en effet immédiatement du vêtement, en soi délié de toute signification, à la mode écrite dans les journaux. Ce que serait une mode non écrite n'est tout simplement pas envisagé. Ce nominalisme radical⁴ est une manière de régler à bon compte l'hétérogénéité inhérente à la mode. Une journaliste de *France-Forum*, interviewant Barthes à l'occasion de la sortie du livre, a des raisons d'objecter, « au nom des milliers de lectrices auxquelles sont destinées ces pages de mode » que « rien n'est plus parlant, rien n'est plus convaincant que l'image ; le texte, la légende, s'ils accompagnent celle-ci, ne constituent guère qu'une invite à mieux la regarder ». « J'avance pour preuve », poursuit-elle, « qu'aucune femme n'achètera une robe sans l'avoir essayée, autrement dit sans être allée au-delà de la persuasion purement verbale » (in Barthes 2002b, p. 1312 ; entretien avec Cécile Delanghe). Pour parer cette objection, Barthes n'a au demeurant que des « raisons de méthode et de sociologie » à alléguer. Raison de méthode : il lui était « impossible de faire une analyse rigoureuse d'un matériel très mélangé » — méthode inadaptée, comme on l'a vu. Raison de sociologie :

⁴ La *Mode* prend une majuscule dans cet ouvrage en raison de ce nominalisme : elle désigne non une pratique réelle mais une sorte d'idéologie ou de mythe en fonction de laquelle se fait connaître les pratiques réelles. Il y aurait un parallélisme à faire avec l'esthétique conventionnaliste d'un Clement Greenberg (1961) pour lequel il n'y a d'artistique que ce qui est *dit* « art ».

le vêtement décrit par les journaux de mode qui, par rapport au vêtement de la rue, vous paraît [...] moins réel, moins intéressant, acquiert de nouvelles dimensions, en tant que projection de l'imaginaire collectif. Il véhicule des images, des stéréotypes, une très grande richesse d'éléments, non réels, il est vrai, mais de type utopique » (*ibid.*).

Notons l'expression « vêtement de la rue » : comme si la mode portée, la tenue de mode, ne charriait elle-même aucun imaginaire, aucun stéréotype, aucune utopie, mais se réduisait à la nudité d'un degré zéro !

La dernière leçon qu'on voudrait tirer des échecs des analyses accomplies par Greimas et par Barthes consiste dans l'impossibilité d'approcher la mode sous l'aspect d'un système. Aucune solution théorique mettant en avant la notion de système ne résiste en effet à un examen un tant soit peu approfondi. Il paraît évident par exemple que les régularités formelles que Barthes dégage de l'analyse des journaux de mode n'ont à voir que de manière très indirecte avec la mode de ces années-là. La structuration de l'énoncé en « objet » (le vêtement dont il est question), « support » (l'élément caractéristique de ce vêtement) et « variant » (la caractérisation de l'élément) pourrait être alléguée quasiment pour n'importe quelle description, c'est-à-dire pour la description de n'importe quel objet. Et les variations décrites par Barthes (en prenant l'initiale de chacune des trois composantes : SOV, OVS, OS₁S₂V, etc.) ne rendent absolument pas compte de la variation saisonnière inhérente à la mode, ni d'aucun « signifié » qu'il est possible d'affecter à la mode (par exemple, féminité, activité marchande, saison, beauté). La concession faite, à savoir que la structuration de l'énoncé en objet, support et variant pourrait tout de même éclairer de manière très indirecte la mode vient de ce que ces composantes sont applicables aux vêtements eux-mêmes : ce sont des objets qui présentent des éléments (le col, la manche, l'ourlet, l'échancrure, etc.) caractérisables et variables. Mais on voit bien que cette structuration ordonne la description des vêtements indépendamment de toute considération de mode ; elle n'offre donc qu'un préalable. De fait, le problème de Barthes est que son analyse n'atteint en définitive jamais la mode. Ainsi, les trois structures qu'il pose d'entrée de jeu (la

structure « technologique » du vêtement réel, la structure écrite des descriptions de mode et la structure « plastique des photographies de mode) renvoient à trois objets (respectivement, le vêtement, le discours écrit et l'image) dont le rapport avec la mode n'est pas évident. Finalement, l'argument le plus en faveur de la notion de système, Barthes la doit, non à son propre travail, mais à la thèse d'un sociologue américain, A. L. Kroeber, que le sémiologue évoque à plusieurs reprises dans les entretiens qui ont suivi la parution de *Système de la Mode* (ainsi que dans le premier Appendice de ce livre, intitulé « Histoire et diachronie de mode »). Pour rappel, Kroeber a cherché à montrer que la longueur des tenues de soirée féminine a suivi, au cours de trois siècles, une oscillation régulière (à peu près tous les cinquante ans) entre les tenues les plus courtes et les tenues les plus longues. Barthes en conclut au triomphe d'un système indépendant des intentions que les acteurs sociaux seraient supposés mettre dans cette variante de longueur (par exemple, l'émancipation de la femme dans les années 1960 à travers la mini-jupe), reproduisant par là les caractéristiques de la notion lévi-straussienne de système : une régularité qui échappe à la volonté et, le plus souvent, à la conscience des actants. Supposons que la thèse de Kroeber soit « irréfutable », comme Barthes veut le croire (cf. Barthes 2002b, p. 1315). Il n'empêche qu'une histoire structurale de la mode peut s'élaborer indépendamment de tout postulat sur les qualités structurelles de la mode elle-même. Sans doute l'ourlet d'une robe suit-il une opposition long *vs* court inhérente à l'ajustement du vêtement sur le corps humain. Mais, tant qu'on n'a pas démontré qu'à cette différence de longueur correspond, de façon constante, une distinction sociale, il n'y a pas de système, pas d'« ordre » que la mode tiendrait d'elle-même.

Avant de passer à la suite, on récapitulera les enseignements tirés des échecs de ces sémioticiens illustres :

- il convient que la sémiotique rende sa méthode adéquate à son objet (et non l'inverse) ;
- la mode est un objet foncièrement hétérogène ;
- la mode déstabilise le rapport représentationnel des mots aux choses ;
- la mode n'est pas un système.

La recherche des comparables

La conclusion générale que l'on peut tirer des motifs d'échec est qu'on ne saurait trouver dans la mode quelque principe d'unité comparable au rôle que joue la langue face au discours. Cependant, la sémiotique a évolué depuis les travaux de Barthes et Greimas. À plusieurs reprises, elle a été amenée à apporter des modifications théoriques et méthodologiques considérables à son approche analytique, en recherchant d'autres enjeux que la description de régularités formelles. Notre conviction à propos du parcours intellectuel de la sémiotique est que ses mutations théoriques correspondent précisément au décentrement du langage parmi les objets investis par les sémioticiens, sans toutefois qu'un objet ait définitivement pris la place qu'occupait le langage dans la sémiologie des années soixante. C'est pourquoi la question des comparables se trouve souvent déterminante quand il s'agit d'aborder l'étude sémiotique d'un nouvel objet. Chercher à quoi la mode peut être comparée, c'est décider de son destin sémiotique. D'autant qu'on espère toujours que les objets comparants soient mieux connus, si possible mieux connus du point de vue sémiotique (quoique ce ne soit pas obligatoire), que l'objet comparé.

On repartira à nouveau des travaux de Greimas et de Barthes pour envisager à quoi la mode est susceptible d'être comparée. Greimas qualifie et classe la mode à trois reprises : une première fois à titre d'« activité sociale du luxe » (2000, p. 6), une seconde fois comme « esthétique [créative] appliquée à la toilette » (p. 9), et une troisième fois, relativement à son vocabulaire, comme relatif à un « intergroupe social » (p. 5), c'est-à-dire en guise de vocabulaire spécialisé, non pas propre à un groupe (professionnel, par exemple), mais partagé par différents groupes sociaux. Il semble opportun de chercher à comprendre comment ces trois définitions trouvent à s'articuler les unes les autres : luxe et esthétique (créative) sont des notions qui impliquent toutes deux l'idée d'un « démarquage », d'une distinction à l'égard d'un autre état ; mais l'une, le luxe, opère ce démarquage du côté de la réception, tandis que l'autre, l'esthétique créative, l'établit du côté de la production. Comme l'activité de mode regarde, selon Greimas, un intergroupe social, il semble approprié que la mode soit définie à partir des

deux acteurs collectifs qu'elle concerne : les producteurs et le public. Voilà donc posé un cadre plausible pour la recherche des comparables. Du côté de Barthes, on lit que le vêtement de mode « constituerait un élément de la culture de masse, tout comme les romans populaires, les *comics*, le cinéma » (Barthes 2002b, p. 909). Ici, la mode trouve avant tout à se rapporter à un objet, qui est le vêtement ; en revanche, l'activité qu'elle constitue n'est pas mise en avant. Dans les entretiens qui ont suivi la publication de *Système de la Mode*, Barthes se risque à d'autres comparaisons : avec la nourriture et avec la ville, en tant que celles-ci manifesteraient des « systèmes culturels de notre civilisation » (*id.*, p. 1308) ; ou bien, à l'occasion d'un autre entretien, en la rangeant parmi ces « phénomènes de notre société qui sont [...] des ensembles d'objets utilitaires : les aliments, s'il s'agit de nous nourrir, les maisons, s'il s'agit de nous loger, les rues des villes, s'il s'agit de circuler, et la mode, s'il s'agit de nous vêtir » (*id.*, p. 1311). On reconnaît dans ces présentations un même souci d'objectivation, au risque d'une certaine torsion, car on voit bien que les vêtements auraient été un meilleur comparable à *aliments*, *maisons*, *rues* ou, en retournant les choses à l'avantage de la mode, que cette dernière aurait mieux souffert la comparaison avec *gastronomie*, *architecture*, *urbanisme*⁵.

De ce premier tour d'horizon, on peut retenir que la mode a une dimension praxéologique : c'est une pratique sociale dont la valeur joue sur le double domaine de l'art et du commerce ; et qu'elle connaît également une dimension objective : son activité s'exerce sur des vêtements. Par ailleurs, la mode détermine à la fois une production et un usage. Elle entre ainsi en rapport avec deux types d'acteurs, sans que ceux-ci soient nécessairement eux-mêmes mis en rapport.

⁵ Sans vouloir accabler Barthes, dont l'apport aux recherches sémiologiques ne saurait être minimisé, on ne peut qu'observer à quel point le parti pris de parler de la mode à partir des descriptions contenues dans les journaux a pu l'égarer. Ainsi, dans un autre entretien, il propose un autre comparable : « Le code du vêtement réel existe, mais, au fond, il n'est ni plus riche ni probablement plus intéressant que le code de la signalisation routière pour automobilistes » (*id.*, p. 1318). Il paraît incroyable que les changements saisonniers de la mode soient comparés à un code aussi stable que la signalisation routière.

Or la sémiotique a eu affaire, depuis longtemps, à un domaine d'étude pour lequel les déterminations que l'on vient d'avancer sont parfaitement d'application. Pour réhabiliter le génie de Barthes, qui a pu paraître malmené par l'embarras dans lequel le plonge la recherche des comparables, on citera encore un passage d'entretien, dans lequel un dernier comparable, autrement plus stimulant, apparaît en filigrane :

Je dirais qu'on peut aussi concevoir *Système de la Mode* comme un projet poétique, qui consiste à constituer un objet intellectuel avec rien, ou avec très peu de choses [...]. Un homme comme Mallarmé a fait exactement ce que j'aurais voulu refaire. *La Dernière Mode*, le journal qu'il a dirigé et rédigé lui-même, c'était au fond une sorte de variation, passionnée, à sa manière, sur le thème du vide, du rien, de ce que Mallarmé appelle le bibelot (*id.*, p. 1310).

Le comparable qui apparaît de manière implicite, et qui suffit à montrer qu'il n'y a rien de dépréciatif dans ce que dit Barthes dans ce passage, c'est la littérature. Or cette ultime comparaison est grandement révélatrice du projet de Barthes, non comme il s'est accompli dans *Système de la Mode* — de son aveu même, le livre est manqué (*id.*, p. 1320)⁶ — mais comme il est mû par un *désir*, un « fantasme », pour employer un de ses mots. Afin de saisir toute la force de ce projet, il convient de voir ce qui relie les trois livres « théoriques » que Barthes avait publiés jusqu'alors : *Le Degré zéro de l'écriture* (en 1953), puis *Mythologies* (1957) et, dix ans plus tard, *Système de la Mode*. Dans ces ouvrages, les objets varient grandement mais l'hypothèse théorique reste remarquablement constante : en plus des significations littérales sur lesquelles repose la représentation unitaire du monde, il existe des sens « connotatifs », capables de démultiplier cette représentation, ainsi que des systèmes « décrochés » qui en justifie la portée sociale. L'écriture (littéraire), le mythe et la mode fonctionnent sur le principe de ce décrochage : par rapport à la langue

⁶ Pour *Système de la Mode*, un autre désir, moins intellectuel que personnel, est venu s'interposer : l'ambition d'obtenir une légitimité dans l'institution universitaire, avec un projet d'une thèse qui contraindrait à une objectivation recevable d'un point de vue scientifique (ou supposé tel).

ordinaire en ce qui concerne la littérature, par rapport à la fonction d'usage d'un objet pour le mythe, par rapport au vêtement quand il s'agit de la mode, il s'agit à chaque fois d'apporter une couche supplémentaire de sens.

Mode et littérature : *La Dernière Mode*

Suivons la piste de ce dernier comparable. Tâchons de voir à quoi mène la comparaison avec la littérature, en prenant pour point de départ *La Dernière Mode*.



Fig. 1 : Première page de *La Dernière Mode*, 15 novembre 1874

Le cas se révèle en vérité assez captivant. Les commentateurs de Mallarmé ont campé des interprétations contrastées, voire conflictuelles, à son sujet. Rappelons, succinctement, ce dont il est question : pendant six mois, au second semestre de l'année 1874, Mallarmé assura seul la rédaction d'un journal de mode, intitulé *La Dernière Mode*, qui

paraissait au rythme d'un numéro toutes les quinzaines. Huit numéros sont ainsi de sa main, bien qu'il signât ses articles sous divers pseudonymes, la plupart féminins. Chaque numéro compte huit pages, avec des rubriques consacrées à des descriptions de tenues de mode, lesquelles se trouvent en outre reproduites sous la forme de dessins en noir et blanc (des « gravures »), aux tendances saisonnières de la mode et à ses commerces, mais aussi à d'autres objets de vente (fleurs, lampes à gaz, instruments pour la chasse, arbres de Noël...), ainsi que des chroniques sur les théâtres parisiens, la correspondance des lectrices... bref, toute la panoplie d'articles qui étoffaient les journaux dits « de mode » qui fleurissaient à cette époque et où les femmes étaient supposées trouver tout ce qui était « à la mode », et pas seulement les toilettes vestimentaires.

La plupart des critiques de Mallarmé ont négligé presque complètement cette part de la production écrite du poète, arguant qu'elle ne représente qu'une œuvre de commande (par l'éditeur du journal, un dénommé Marasquin) qui ne présente aucun intérêt littéraire. Quelques autres, ordinairement préfaciers pour l'une ou l'autre réédition des huit fascicules du journal dus à la main du poète, considèrent au contraire qu'on y retrouve entière la poétique de Mallarmé, et presque aussi vive et enthousiasmante que dans ses poèmes. Jean-Pierre Lecercle (1989), dans le livre qu'il lui a consacré, prétend apporter une thèse originale en reconnaissant à Mallarmé des talents d'homme de presse qu'avaient méconnus jusqu'alors les commentateurs, dont le jugement est, selon lui, biaisé par l'intérêt exclusif qu'ils portent à la littérature. Finalement, Barbara Bohac entend réconcilier tout ce monde en disant de *La Dernière Mode* qu'« elle est un vrai journal de mode, mais où “dans les blancs divisant le texte” miroite, sous la couverture bleu-rêve, une scintillation essentielle » (Bohac 2006, p. 139). En résumé, on a le choix entre quatre interprétations : (i) pas de poésie ; (ii) toute la poésie ; (iii) pas de poésie mais de l'écriture de presse ; (iv) de l'écriture de presse où il y a de la poésie.

Pour notre part, nous nous proposons de poser la question autrement. Plutôt que d'y juger l'absence, la présence ou le mélange de la poésie avec l'écriture journalistique, nous entendons proposer une comparaison des écrits en fonction des

champs sémantiques qu'ils abordent. À notre opinion, *La Dernière Mode* est à la mode ce que les *Poésies* seront à la littérature : un vrai et grand projet réflexif. *La Dernière Mode* rend la mode comparable à la littérature et *vice versa*. À titre d'éléments communs aux deux objets impliqués dans la comparaison, on peut pointer deux caractéristiques non négligeables. Premièrement, un souci extrême porté aux apprêts, c'est-à-dire à tout ce qui concerne la disposition, la plasticité des formes. Ce souci concerne doublement *La Dernière Mode* : à la fois dans la mise en page du journal, le choix des typographies, le rapport du texte et des images, etc. ; mais aussi, et même surtout, l'appariement des vêtements, l'élégance des tenues et des poses, l'opportunité des toilettes aux occasions. Secondement, un travail d'idéalisation. Dans *La Dernière Mode* comme dans les *Poésies*, la femme n'a d'existence qu'en raison de ce qui la pare : des mots, des vêtements ; ou plutôt : des vers, des toilettes de mode. Lecercle l'a observé avant nous :

Robe et accessoire sont désincarnés : nous avons bien des bottines, mais pas le pied ; le chapeau, mais pas le visage ni la coiffure. [...] *La Dernière Mode* ne conserve de la femme que l'essence, un souffle, pourrait-on dire, qui gonfle les tissus. Ce n'est pas seulement l'art de la description qui est ici en jeu : Mallarmé nous semble vider sciemment la robe. *Il renforce une tendance qui est, certes, déjà là, mais que les autres rédacteurs de Mode essaient de minorer* (1989, p. 120 ; nous soulignons).

Mallarmé porte l'idéalisation à un point que la littérature comme la mode rendent possible mais que peu, avant lui, avaient cherché à atteindre, parmi les poètes comme parmi les modistes. Il paraît évident en effet que, pour Mallarmé, la mode n'a pas à choisir entre deux états, l'un textile, l'autre langagier, mais qu'elle est exactement cette « esthétique créatrice » qui permet de déstabiliser le partage des mots et des choses. On en conclura volontiers, avec audace mais sans outrance, que le Mallarmé de *La Dernière Mode* doit être considéré non seulement comme un poète et un homme de presse, mais également comme un authentique concepteur et créateur de mode.

Pour faire retour à Barthes, notons que celui-ci, nonobstant *Système de la Mode*, avait eu une intuition juste en faisant de *La Dernière Mode* un cas exemplaire, sinon le modèle même, de l'hypothèse qu'il a théorisée, non seulement au bénéfice de la mode mais aussi pour la littérature et pour les mythes de la France gaullienne. Ce sont tous trois des phénomènes ambivalents, qui fonctionnent par décrochage vers le domaine de l'idée tout en gardant une emprise sur les matérialités par lesquelles ils s'expriment : le langage pour la littérature, le vêtement pour la mode, n'importe quel objet de la vie quotidienne pour le mythe contemporain. Par « emprise directe », on veut dire que les idées exprimées ont une saveur, elles sont chevillées à une expérience des sens. Barthes a d'ailleurs résumé cela très simplement dans la postface aux *Mythologies* : « Le vin est objectivement bon, et en même temps, la bonté du vin est un mythe : voilà l'aporie » (Barthes 2002a, p. 868).

Sur ce point, un accord profond, souterrain pourrait-on dire, existe entre Barthes et Greimas. Rappelons ce que Greimas disait du vocabulaire de mode : qu'il fausse la fonction référentielle du mode en l'asservissant au désir de faire impression. *Mutatis mutandis*, ce jugement vaut également pour la mode à l'endroit du vêtement : la mode « fausse », ou aliène le vêtement en déformant sa fonction sans parvenir toutefois à l'abolir⁷. Mais, naturellement, ce qui est présenté ici, dans le langage des *Mythologies* comme une critique peut facilement être renversé dans un jugement valorisant (comme lorsqu'il est question de littérature) : si la mode a la saveur du réel, comme la littérature celle des mots, en retour le vêtement et le langage acquièrent de la valeur grâce à l'ambivalence des décrochages de la mode et de la littérature.

Pour finir : mode et *transmedia branding*

Mode et littérature : presque tout a changé à leur endroit depuis Mallarmé, à la fois en raison de la manière dont elles se

⁷ Nous adaptons ici à la mode ce que Barthes dit du mythe : « Le concept (mythique), à la lettre, déforme mais n'abolit pas le sens : un mot rendra compte de cette contradiction : il l'aliène » (2002a, p. 835).

font et selon les types d'approche privilégiés pour leur étude. Elles ne se sont pas éloignées pour autant l'une de l'autre. Au contraire, les pratiques contemporaines appellent à réévaluer les effets de leur comparaison. Le soin apporté aux apprêts matériels et, complémentirement, l'idéalisation qui travaille leurs discours ont continué d'augmenter leur potentiel d'expression, au point que le vêtement et le livre ne sont plus les médias exclusifs de leurs pratiques. Le *transmedia storytelling* (Jenkins 2006) règne sur les nouvelles puissances médiatiques de la littérature comme le *transmedia branding* (Medvedev 2015) règne sur les stratégies commerciales de la mode.

On n'en donnera, pour finir, ou plutôt à titre d'ouverture, qu'un seul exemple, précoce : celui du film de court-métrage que Marithé et François Girbaud ont commandé à Jean-Luc Godard, intitulé *On s'est tous défilé* (1988). Le rapport attendu et banal entre mode et littérature aurait produit un film publicitaire, diffusé à la télévision ou dans les salles de cinéma, où l'on aurait vanté les vêtements confectionnés par les stylistes et vendus dans leurs magasins. Le rapport transmédiat, en revanche, se manifeste par un film diffusé directement dans les boutiques de la marque, telle une intervention artistique due à un auteur mythique (« l'enfant terrible du cinéma français de la Nouvelle Vague »). Godard ne fait pas de la mode un objet à filmer, quoiqu'on y aperçoive, comme à la dérobée ou comme des plans de coupe, quelques défilés ; mais il thématise, par des ralentis, des arrêts sur image, des *scratching* visuels⁸, et aussi à travers la lecture en voix *off* d'extraits de textes poétiques, pris à Mallarmé justement (pas ceux de *La Dernière Mode*⁹), par la superposition de reproductions de peinture ancienne, et par l'insertion d'extraits de musique symphonique de Honegger,

⁸ Le *scratching* musical consiste à modifier la vitesse et le sens de lecture d'un disque vinyle. Le « *scratching* visuel » en serait la transposition vidéo : images montées en alternance rapide entre leur mouvement ordinaire et le mouvement inverse à celui de leur enregistrement.

⁹ Les passages sont extraits de *Divagations*. Je dois ce renseignement à Marie Poix-Têtu qui a présenté dans une communication (non publiée) au congrès de l'Association française de sémiotique (Lyon, décembre 2010) une analyse de ce court-métrage. C'est également elle qui m'a mis sur la voie de *La Dernière Mode*, à la suite d'une de ses interventions sur *Radio Canut*. Je tiens à l'en remercier chaleureusement.

l'élégance d'une tenue, la grâce d'un mouvement, le charme d'une silhouette. Autrement dit, *On s'est tous défilé*, c'est encore la mode continuée par un autre moyen d'expression que le vêtement et intégrée de façon explicite à une pratique sociale et marchande — le *branding* d'une marque commerciale.



Fig. 2 : Trois photogrammes de *On s'est tous défilé* (1988), de Jean-Luc Godard

La mode, aujourd'hui, a donc une hétérogénéité qui accroît encore ses puissances initiales. Au-delà de l'ambivalence entre réel et idéal, elle mobilise des moyens techniques et industriels, mais aussi textuels et juridiques, pour l'avènement de biens culturalisés dans des médias multiples.

La proportion entre mode et littérature qui était conçue par l'approche structurale permettait un échange objectif entre le vêtement et le langage. La nouvelle proportion instaure quant à elle une ambivalence entre les objets idéaux qu'elles propagent, à savoir un Nom (de créateur et de producteur) et une fiction.

Mode		Littérature		Mode		Littérature
vêtement	$\cong$	livre		marque	$\cong$	fiction

Fig. 3 : L'ancienne et la nouvelle proportion

La sémiotique est-elle suffisamment équipée pour s'essayer à l'analyse de la mode selon un tel rapport de comparabilité ? On peut croire, au vu des inclinations théoriques qui sont devenues les siennes depuis une quinzaine d'année et des travaux convaincants qui s'en sont inspirés, qu'elle l'est, effectivement. Elle est en tout cas résolue à opérer sa conversion dans l'analyse des pratiques, soucieuse de leur objectivation médiatique (plutôt que des objets eux-mêmes) et des valeurs discursives

(plutôt que des signifiés, fussent-ils connotatifs) qu'elles véhiculent.

Références bibliographiques

- Arrivé Michel & Jean-Claude Coquet (1987). « Postulats, méthodes et enjeux. Algirdas J. Greimas mis à la question », in Arrivé M. & Coquet J.-Cl. éd, *Sémiotique en jeu. À partir et autour de l'œuvre d'A. J. Greimas*, Amsterdam, Hadès-Benjamins.
- Barthes Roland ([1967] 2002). *Système de la Mode* in *Œuvres complètes*, III, Paris, Seuil, p. 897-1231.
- Bohac Barbara (2006). « *La Dernière mode* de Mallarmé sous les feux du drame solaire », *Romantisme*, 132, p. 129-139.
- Calefato Patrizia (2004). *The Clothed Body*, Londres, Bloomsbury.
- Calefato Patrizia (2014). *Luxury. Fashion, Lifestyle and Excess*, Londres, Bloomsbury.
- Floch Jean-Marie (2004). *L'indémodable total look de Chanel*, Paris, Institut français de la mode, Regard.
- Greenberg Clement ([1961] 1988). *Art et culture*, Paris, Macula.
- Greimas Algirdas Julien (2000). *La mode en 1830*, Paris, PUF, = Formes sémiotiques.
- Jenkins Henry (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York, New York UP.
- Lecerclé Jean-Pierre (1989). *Mallarmé et la mode*, Paris, Séguier.
- Mathé Anthony dir. (2014). *Sémiotique du vêtement, aujourd'hui. Actes sémiotiques*, 117 [en ligne : <https://www.unilim.fr/actes-semiotiques/4958>] (consulté le 30 septembre 2019).
- Mathé Anthony (2020). *Le corps à sa façon*, Louvain-la-Neuve, Academia, = Extensions sémiotiques.
- Medvedev Sergey (2015). « Il branding transmediale nella moda: il caso Burberry », *ZoneModa Journal*, 5, p. 74-81.

Table des matières

Introduction. La mode sous toutes les coutures <i>Pauline Escande-Gauquié et Valérie Jeanne-Perrier</i>	7
Première partie : Mode et circulations symboliques	
Sémiotique de la mode, <i>revisited</i> <i>Sémir Badir</i>	23
La ville, la mode et ses médiations : la rue de Sèvres à Paris, entre artifices et croyances <i>Eleni Mouratidou</i>	41
Identités territoriales esthétisées dans l'espace océanien : le cas de la mode calédonienne <i>Pergia Gkouskou</i>	59
Deuxième partie : Mode, médias et cultures	
Du podium à l'écran : poétique du spectacle de mode <i>Rym Kirèche-Gerwig</i>	79
Mode et culture : la fabrique des héroïnes <i>Christèle Couleau & Oriane Deseilligny</i>	99
Histoire des modes et modes d'adresse <i>Jacqueline Chervin</i>	123