



Audrey Millet

Fabriquer le désir

**Histoire
de la mode
de l'Antiquité
à nos jours**

Belin:

Fabriquer le désir

Audrey Millet

Fabriquer le désir
Histoire de la mode
de l'Antiquité à nos jours

Belin:

En couverture: Courrèges, collection haute-couture, prototype, printemps-été 1969. © Groupe Courrèges-Gunnar Larsen.

Le code de la propriété intellectuelle n'autorise que «les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective» [article L. 122-5]; il autorise également les courtes citations effectuées dans un but d'exemple ou d'illustration. En revanche «toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle, sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause, est illicite» [article L. 122-4]. La loi 95-4 du 3 janvier 1994 a confié au C.F.C. (Centre français de l'exploitation du droit de copie, 20, rue des Grands Augustins, 75006 Paris), l'exclusivité de la gestion du droit de reprographie. Toute photocopie d'œuvres protégées, exécutée sans son accord préalable, constitue une contrefaçon sanctionnée par les articles 425 et suivants du Code pénal.

ISSN 2270-4922 – ISBN 978-2-410-00950-7

Dépôt légal – 1^{re} édition : 2020, juillet

© Éditions Belin / Humensis, 2020

170 bis, boulevard du Montparnasse, 75680 Paris cedex 14

« Mais il suffirait de construire une mémoire mathématique (sous forme d'une machine à faire la mode), pour que la mode, même à l'échelle d'une micro-diachronie, apparaisse comme un ordre de formes limité et essentiellement computable: vérité choquante pour un commerce fondé entièrement sur l'exaltation d'une néologie incessante [...]. »

Barthes (R.), « Le bleu est à la mode cette année. Notes sur la recherche des unités signifiantes dans le vêtement de mode », *Revue française de sociologie*, 1960, n° 1-2, p. 147-162.

« Stan Smith aux pieds, le regard froid, ils scrutaient la salle, le trois-quart en cuir roulé autour du bras, Ray-Ban sur la tête, survêtement Tacchini pour les plus classes les mocassins Nebuloni. »

IAM, « Je danse le mia », *Ombre est lumière*, 1993.

INTRODUCTION

Entre séduction et désir, la mode fait réagir les consommateurs, aisés ou modestes, les scientifiques et les hygiénistes, les élites politiques et industrielles. Aujourd'hui, son étude prend des orientations nombreuses : économie, consommation, fabrication, genre, plaisir... L'approche privilégiée dans cet ouvrage est celle d'une histoire sociale totale. L'exhaustivité n'est pas au rendez-vous mais le panorama offre de nouvelles orientations pour les jeunes chercheurs, des repères et des clés de lecture pour les amateurs et les étudiants. En convoquant dans la bibliographie les meilleurs spécialistes mondiaux, ce livre détaille les grandes dynamiques de la mise en place d'un système de mode tout en insistant sur des éléments saillants. Le port de la ceinture à Athènes, la sandale antique puis la chaussure médiévale, la garde-robe de Catherine d'Aragon, le colonialisme, la Sape, l'utopie d'un vêtement féminin nazi, l'exposition de la mode ado...

Plusieurs constats ont précédé l'écriture de cette histoire, ceux de la styliste devenue historienne et passée par l'histoire des arts. Les artisans et les faiseurs de mode ne sont pas assignés par l'État dans leur atelier. Ils ont leur part de décision. Ainsi la consommation n'est-elle pas une invention des XVIII^e et

XIX^e siècles. L'envie et le plaisir touchent les populations depuis l'Antiquité. Comme le montre Gilles Lipovetsky, le monde passe d'un capitalisme de consommation à un capitalisme de séduction après la Seconde Guerre mondiale¹. Or, je postule que le désir est le prélude de l'action humaine depuis plusieurs siècles. Aucune raison de nier l'essor du capitalisme dès le XIV^e siècle. Les systèmes de production et de fabrication étaient déjà bien rodés avant la fin du Moyen Âge et le début de la Renaissance. Il s'agissait également d'interroger les évidences de la production textile, féminine et domestique durant plusieurs siècles. Peu de chance que Pénélope tissât tous les vêtements de la maisonnée. En conséquence, il était aussi nécessaire de se demander si le prêt-à-porter et les systèmes stéréotypés de mesures du corps dataient bien du XIX^e siècle. Enfin, seule la recherche des origines d'un système, d'un objet et d'une tendance ne pouvait pas guider les questionnements.

Les dix chapitres qui se succèdent ne sont pas équivalents en taille. Chaque période est interrogée à partir d'une méthodologie comparable, selon les travaux disponibles. La production, la fabrication, les acteurs, les élites, le consommateur, les textiles, les gestes du métier, les commanditaires, les adoptions et les rejets, le genre, le corps, l'imposition des styles, l'habit et la nudité, la musique... n'ont pas tous la même place selon les périodes, mais ont fait l'objet de questionnements identiques pour tenter de dresser le tableau d'un système de mode en mouvement, adoré et critiqué. Car, on le sait, la mode est souvent considérée comme un détail futile et inutile de l'histoire. L'histoire de la discipline qui suit le prouve. Les sources de l'Antiquité grecque et romaine sont plus lacunaires et un certain nombre d'entre elles sont même postérieures aux périodes analysées. L'histoire de la mode ne peut être écrite qu'à partir d'un seul type de source, ce qui a longtemps été le

cas. Les sources imprimées, notamment, posent de nombreux problèmes d'interprétation. Elles sont largement vidées du vêtement, des gestes, de l'économie et du quotidien des consommateurs. La périodisation, la fin du Moyen Âge perçue comme la naissance de la mode, invitait à régler des problèmes chronologiques. En effet, les césures des périodes historiques ne peuvent être semblables pour tous les sujets d'études. La Grande Peste, la chute de Grenade, la prise Constantinople, la découverte des Amériques... sont-elles pertinentes pour étudier l'histoire de la mode? De plus, le rythme de mise en place de systèmes économiques spécifiques, l'élargissement de la clientèle et l'appropriation des techniques, diffèrent selon les zones géographiques et les régimes politiques concernés. L'Europe n'est pas un tout, homogène et lisse. Autres césures qui interrogent : 1789 et 1815. La Révolution française et le congrès de Vienne ne modifient pas en profondeur l'industrie de la mode. En revanche, les débuts d'une seconde industrialisation, vers 1860-1890, imposent la mécanisation des industries et les innovations chimiques. On peut parler d'une «longue modernité». La Première Guerre, si elle modifie profondément la géopolitique mondiale, n'a de conséquences sur notre objet d'étude que dans les années 1920. En revanche, les transformations culturelles, scientifiques, économiques et sociales de la Seconde Guerre mondiale sont indiscutables, mais elles sont clairement imputables à l'époque moderne, comme nous l'expliquons dans ce livre. La question s'est posée de diviser la seconde moitié du XX^e siècle à partir des années 1980. L'essor de l'industrie de la mode ne connaît pas alors de rupture franche, mais on sent déjà la fin d'un monde, d'un ancien monde.

L'importance des Anglo-Saxons dans la bibliographie rappelle qu'en France, les études sur la mode, à quelques exceptions près, sont reléguées en coulisses, méprisées pour

leur matérialité. La culture française (universitaire?) n'a pas fait le deuil des hiérarchies et des catégorisations, privilégie encore la peinture d'histoire à la peinture de genre, et nie la complexité du secteur de l'habillement. Pourtant, Lucien Febvre, Fernand Braudel, Pierre Bourdieu, Roland Barthes, Gilles Lipovetsky et Daniel Roche ont trouvé un intérêt à étudier ces corps habillés. Barthes a ainsi détaillé l'inscription historique du vêtement. Dans son article de 1957, «Histoire et sociologie du vêtement, quelques observations méthodologiques», il expose cette histoire de l'histoire du costume et ses défauts². Barthes s'appuie notamment sur la critique de l'histoire «historisante» de Febvre. Le vêtement serait un événement, daté donc, un phénomène homogène, subissant le politique, la religion et l'économie. Début du vertugadin, fin de la crinoline, naissance des cheveux courts... Le caractère arbitraire des historiens de la mode est pointé du doigt.

Dès lors, il nous faut examiner la structure de ce monstre industriel tentaculaire qu'est devenue l'apparence. Plutôt que de nier ou de critiquer l'importance de ce secteur, je propose de l'analyser à partir de dynamiques et d'exemples significatifs afin d'en comprendre le sens et l'essor, son caractère indispensable et ses déviances. En conséquence, ce livre propose une histoire de l'apparence habillée, accessoirisée, maquillée et liftée.

Perspectives historiques

La mode est généralement appréhendée selon une chronologie des formes changeantes ou une critique vaste des influences culturelles interprétées historiquement³. L'histoire de la mode atteste l'importance des changements d'apparence. Elle révèle aussi de quelle manière les vêtements, accessoires et cosmétiques sont conçus, comment ils participent à déterminer

les contours d'une société et pour quelles raisons ils sont adoptés ou rejetés.

Le XIV^e siècle est identifié comme la première période de changements significatifs. La mode y prendrait son essor avec la montée du capitalisme mercantile dans les villes européennes⁴. Pratique prestigieuse, elle subit alors de nombreux changements de goût, suffisamment diffusés pour donner l'envie d'acquérir de nouvelles pièces⁵. Le déclin des distinctions de classe et l'accélération des changements de styles seraient de plus en plus associés au sexe et aux contextes de production. Le système de mode naît et s'établit lorsque s'affirment les significations et les valeurs culturelles, notamment celles qui valorisent la nouveauté et l'expression de l'individualité⁶. Néanmoins, nous l'examinerons, l'affirmation des modes ne naît pas de «rien» au XIV^e siècle. Il s'agit simplement d'un effet de sources, plus nombreuses à partir de la fin du Moyen Âge. La multiplication des modes, les excès qui en découlent et l'organisation rationalisée de la production sont perceptibles dès l'Antiquité.

L'essor des modes est associé au «processus de civilisation» européen. Au Moyen Âge, le travail textile, notamment le tissage, serait devenu une activité féminine. Toutefois, il est difficile de croire que le travail féminin suffit à habiller l'ensemble de l'Europe. Le secteur, en plein essor, pourrait aussi être une affaire d'hommes, tant il est important économiquement. Dans tous les cas, l'intérêt pour les apparences a des conséquences sur l'émergence de l'individu, la connaissance de soi et la compréhension de la place de l'homme dans le monde⁷. Le corps habillé constitue le principal moyen d'expression – jeter son gant est un acte de défi. La manipulation délibérée des significations sociales du vêtement donne un sens accru à la signification de la mode. Les pièces d'habillements neuves sont largement réservées aux élites. Cependant,

les plus modestes se vêtissent aussi. Il faut donc interroger le vêtement de seconde main – la fripe – pour comprendre un système d’acquisition rarement interrogé par les chercheurs.

La production de masse soulève également un certain nombre de questions. Généralement datée de la fin du XIX^e, elle rend la mode accessible à la majorité de la population. Mais les tissages de Pénélope ne suffisent pas à fournir la Méditerranée orientale. Les distributions de chaussures à Rome durant les jeux prouvent aussi qu’une organisation rationalisée de la fabrication est déjà à l’œuvre. Au XIX^e siècle, la mode se distingue par l’imposition d’une norme générale, une homogénéité des apparences, voire un enfermement des corps. Mais l’élargissement de l’offre autorise une personnalisation. À l’aube du XX^e siècle, les modes se modifient en profondeur tous les vingt ans.

Le XX^e siècle est en effet l’âge de la production, de la consommation et des médias de masse. La mode de masse est devenue une forme d’esthétique populaire et un moyen de se valoriser et de s’exprimer. Les progrès de la technologie et des matériaux de production permettent d’acquérir des vêtements moins chers, plus confortables et attractifs. Si le développement du secteur de la publicité et de la promotion des modes semble conduire à une diversification illimitée, les stratégies marketing se mettaient déjà en place dans la rue, sur des cartes de visites ou dans les journaux plusieurs siècles auparavant. Plus complexe, l’industrie de la mode modifie alors structurellement les pièces d’habillement tous les dix ans⁸.

Les médias de masse ont permis une large diffusion des modes. Ils stimulent de manière homogène l’imagination. À partir des années 1920, le magazine de mode et le film hollywoodien imposent des modèles à un public extrêmement vaste. Les chaînes de magasins et la vente par correspondance facilitent la présence dans les zones urbaines et rurales. Dans

le même temps, une réorganisation des pratiques commerciales, du marketing et de la publicité entérinent le rôle de *leader* de la mode. Un culte de la créatrice, de la maison de couture, de la marque et des fortes personnalités assurent la survie de hiérarchies fondées sur des notions de qualité, de style et d'individualité⁹. Mais, une nouvelle fois, des exemples antérieurs aux XIX^e et XX^e siècles existent. Selon Valerie Steele, Christian Dior serait le dernier créateur de mode à transformer en profondeur la silhouette d'une femme grâce à son *New Look*¹⁰. C'est oublier le rôle d'Yves Saint Laurent (1936-2008), et son vestiaire renouvelé. Toutefois, convenons que les transformations d'après-guerre sont remarquables.

Aujourd'hui, les changements de mode semblent fréquents, les alternatives nombreuses. C'est en partie vrai. Néanmoins, ce n'est pas dans les vêtements neufs que l'individualité peut s'exprimer. La structure, la coupe et la forme générale, se modifient peu – tous les dix ans. Il faut chercher l'expression personnelle dans l'association de vêtements neufs, vintage et recyclés. De plus, les règles de la mode sont facilement identifiables : proportions souples ou rigides, ourlets courts ou longs, manches larges ou ajustées, couleur pastel ou fluo. La formule magique visant à modifier la totalité d'un vestiaire d'un été à l'autre est bien connue, critiquée et vieillie. Teri Agins déclare ainsi la fin de la mode, mais seulement dans la version historique que nous connaissons¹¹.

L'accélération des changements de mode marque les périodes historiques. L'hypermodernité est marquée par le déferlement de « nouveautés » – en apparence. En revanche, il y a bien un dénominateur commun aux économies préindustrielles et industrielles : la mode est un sujet de débats houleux, décriée et accusée de nombreux vices.

La mode accusée

Le mobilier ou l'architecture n'ont jamais essuyé les critiques systématiquement adressées à l'habillement et aux apparences. Depuis plusieurs siècles, le clerc, le philosophe, le moraliste, le politique et l'universitaire condamnent le changement : vanité, libertinage, duperie, futilité, brouillage de la hiérarchie sociale ou confusion des genres.

Les modes de consommation sont également critiqués. Les gaspilleurs se séparent de pièces non pas usées, mais qui ne sont plus à la mode. Le vêtement accessible à un plus grand nombre devient une cible et les condamnations se multiplient¹². Toutefois, l'excès de bijoux fait déjà l'objet de critiques acerbes dans l'Athènes classique. De plus, le vestiaire participe activement à la définition des identités. Des groupes féministes attaquent fermement le port des talons, en partie responsables d'un statut social inférieur à celui des hommes. Ils sont aussi accusés de tromper par l'apparence, bien que moins fréquemment. Et une interprétation de la masculinité des femmes est souvent mal perçue...

Au cours du XIX^e siècle, dans le cadre d'une ouverture plus générale de la consommation, les vêtements à la mode deviennent synonymes du gaspillage associé à de nouvelles formes de consommation. Thorstein Veblen en fait un argument central de ses travaux, encore largement repris aujourd'hui¹³. La bourgeoisie émergente exprime sa richesse par une consommation ostentatoire, des déchets et des loisirs remarquables. Le vêtement est l'illustration parfaite de l'expression de cette culture, qui signe la démonstration de son statut social. Les produits du gaspillage deviennent alors odieux et laids.

Veblen suggère que les nouvelles modes sont adoptées pour échapper aux précédentes, aberrantes jusqu'à ce que

les dernières le deviennent également. Le vêtement féminin incarnerait davantage cette dynamique que celui de l'homme, puisque le seul rôle de la maîtresse de maison bourgeoise est de démontrer la capacité de son mari à payer. La robe victorienne devient alors un indicateur du loisir : elle ne permet pas de travailler avec ses lourdes jupes, ses corsets et ses crinolines. La mode éloigne du système productif, réservé aux ouvriers. Veblen condamne tous ces traits vestimentaires à la mode, non seulement parce qu'ils réduisent les femmes au rang de biens personnels pour hommes, mais aussi parce que la mode est intrinsèquement irrationnelle et inutile. Il prend position pour une tenue rationnelle et utilitaire. De nombreux auteurs évoquent la nécessité d'une réforme de l'habit¹⁴.

Divers mouvements, certains plus progressistes que d'autres, veulent ainsi transformer le rapport à l'habillement. Les raisons peuvent être sociales, politiques, médicales, morales ou artistiques¹⁵. Pour les réformistes, les corsets et les jupons amples sont un problème politique car ils limitent la mobilité féminine. Des discours médicaux, conservateurs, critiquent aussi le corset, qu'ils accusent essentiellement de restreindre la capacité de reproduction. D'autres, le considèrent comme un instrument d'oppression physique et d'objectivation sexuelle¹⁶, ou encore comme un outil servant le pouvoir sexuel féminin¹⁷. Pour autant, l'homme dans son col serré, son gilet et sa veste ajustée est également critiqué. Flügel considère cette tenue comme irrationnelle car elle transforme le corps avec des formes «non naturelles» et parce qu'elle suit le rythme fou des modes¹⁸.

Certaines critiques se retrouvent avant le XIX^e siècle et encore aujourd'hui. Récemment, des intellectuels pointent le vêtement comme un objet laid et irrationnel. Baudrillard condamne le système de mode car la beauté ne peut pas être liée aux cycles, aux saisons et aux tendances. Si la beauté

faisait partie des vestiaires, elle mettrait précisément fin à la mode. Par l'excentrique, l'inutile et le ridicule, cette dernière est une négation de la beauté¹⁹. Baudrillard croit d'ailleurs que la beauté est une chose « inadmissible » dans le milieu de la mode car elle mettrait fin au changement qui est le « déni radical » de la beauté.

Wilson s'oppose à Veblen et Baudrillard, à qui il reproche de ne pas comprendre le plaisir. Leurs discours se basent sur des croyances subjectives : utile, futile, gaspillage. Or, Wilson insiste : « le secteur de la mode est tout à fait rationnel²⁰ ». De plus, les deux intellectuels se demandent pour quelles raisons les modes changent et postulent qu'il s'agit de la recherche d'une beauté. Cette réflexion sur les causes sans prise en compte du plaisir annule leur démonstration. Wilson les considère trop déterministes et incapables de saisir l'ambivalence et les contradictions de la mode, sans oublier le plaisir qu'elle procure²¹.

Ajoutons que le statut vestimentaire perturbe ceux qui en parlent. L'examen est inévitablement intime, sexuel et moral. Il rappelle son propre physique, colle à la peau et au corps. De fait, la tiédeur des intellectuels à s'emparer de l'histoire de la mode ralentit les recherches sur le sujet et donc la compréhension d'un secteur omniprésent. La plupart des sociétés considère toujours que la femme est plus encline à l'achat – compulsif notamment –, à la décoration de la maison et qu'elle demeure stupide face aux duperies des publicitaires. Ainsi sont-elles plus facilement condamnables moralement. « Victime de la mode » ou « mouton de Panurge », le statut inférieur octroyé au vêtement correspond aux critiques adressées aux femmes, aux créateurs, aux homosexuels, aux précieux et aux sensibles.

Les grandes fresques

Les premiers livres sur l'histoire de la mode publiés en Europe remontent à la Renaissance. Entre 1520 et 1610, plus de deux cents ouvrages sur les vêtements ont paru en Allemagne, en Italie, en France et en Hollande. Ces petits livres, conçus pour les consommateurs fortunés, sont composés de gravures et d'un texte limité, souvent en latin, décrivant les vêtements des contemporains. La curiosité vestimentaire est également perceptible dans le goût pour le vêtement de l'Autre. Les publications portant sur le Péruvien, l'Amérindien et l'Africain, montrent autant l'intérêt pour l'exotisme que l'ignorance de l'Européen. S'opposent alors les images fantastiques du sauvage et les fantaisies de l'aristocrate civilisé. Entre 1760 et 1830, les publications se multiplient, grâce à l'intérêt de consommateurs fortunés et au développement de techniques d'impression qui facilitent le travail du dessinateur, notamment la lithographie. Le romantisme du XIX^e siècle conduit à la publication de grandes synthèses chronologiques, largement fantasmées et animées de nostalgie. Les quatre volumes ambitieux de Thomas Jefferys couvrent la totalité du monde connu, ancien et moderne. Ce type d'entreprise n'est plus «à la mode» aujourd'hui. Néanmoins, il démontre un intérêt précoce pour l'étude du vêtement et l'auteur perçoit déjà que la mode est une «incitation au désir²²». Loin d'être un indicateur de la première industrialisation ou de la société de consommation, le désir semble dès l'Antiquité le moteur et les limites des garde-robes.

La nostalgie de temps révolus est particulièrement perceptible dans les ouvrages de la seconde moitié du XVIII^e siècle. La fascination pour les vêtements grecs et romains, souvent rêvés, conduit à de nombreuses publications parmi lesquelles le *Costume des anciens peuples* de Michel-François

Dandré-Bardon (1772). La vogue néoclassique qui suit est en partie issue de ce retour à l'Antique. Le néogothique encourage l'attrait européen pour le vêtement du Moyen Âge. La rigueur et la scientificité sont alors au goût du jour et les auteurs insistent sur «l'authenticité» des détails fournis par les vêtements «gothiques» destinés aux tailleurs, couturières, artistes, architectes et aux amateurs. Ces visions de temps historiques fantasmés perdurent jusqu'au XX^e siècle. Déjà, les auteurs comprennent les liens entre la mode et les styles de vie. L'artiste et collectionneur Joseph Strutt propose une vision totale des Anglais, en tant que peuple, au croisement des coutumes et mœurs, des armes, des vêtements et des habitudes, du Moyen Âge au XVIII^e siècle²³. S'il convoque les sources littéraires et les manuscrits, le résultat pêche par une volonté de catégorisation et une obsession du progrès civilisateur.

La mode et l'Orient vivent une histoire passionnelle et passionnée, marquée par un goût pour l'exotisme et la fantaisie. Cet Orient fantasmé a des contours géographiques : Turquie, péninsule Arabique, Inde, Chine et Japon. Il nourrit l'imagination des fabricants de vêtements depuis l'Antiquité. Le turban et les «chinoiseries» n'attendent pas le XVIII^e siècle pour faire leur apparition dans les vestiaires. Toutefois, l'industrialisation permet une diffusion des goûts «orientaux» en dehors des cours européennes. Le rapport à l'étranger, à cet «Autre» dont les coutumes intriguent car elles diffèrent de celles des Occidentaux, a un double visage : la méfiance est de mise, car la différence effraie, mais elle fascine, voire obsède. *Le Costume de Chine* de William Miller (1800), réimprimé en 1805 avec des dessins de William Alexander, rapporteur officiel de l'ambassade du comte Macarthy en Chine, n'est qu'un exemple parmi d'autres. La Turquie est revisitée, l'Égypte réinventée et les Indiennes sont sexualisées. Les modes s'inspirent de représentations fantasmées qui trahissent les préoccupations