

Mitchell Oakley Smith et Alison Kubler *Mode ist Kunst – Eine kreative Liaison*

Rainer Wenrich (Hg.) *Die Medialität der Mode – Kleidung als kulturelle Praxis, Perspektiven für eine Modewissenschaft*

Emilie Hammen



München : Prestel, 2013,
320 pages



Bielefeld : Transcript,
2015, 414 pages

La question du dialogue entre l'art et la mode se pose comme une constante, comme un motif récurrent de l'histoire de l'art. La seconde moitié du XIX^e siècle y a largement contribué : alors que les différentes branches des arts décoratifs et industriels s'établissent, apparaît un nouveau système de valeurs et de production du vêtement, la haute couture, dont la rhétorique toute entière repose sur une assimilation à l'art. Au cours du XX^e siècle, si certains acteurs de l'avant-garde se sont intéressés à la mode et bien souvent surtout au vêtement, il faut attendre les années 1980 pour que s'institutionnalise le caractère artistique de la mode, dans les musées comme dans la recherche académique. Aujourd'hui, les marques de luxe d'une économie mondialisée actualisent à leur tour les enjeux de ce dialogue et en érigent les nouvelles problématiques.

C'est ce dont traitent deux ouvrages récemment parus, proposant des éclairages nouveaux sur une question à l'histoire riche et diversifiée. Aux éditions Prestel, Mitchell Oakley Smith et Alison Kubler ont publié en 2014 *Mode ist Kunst, Eine kreative Liaison*, en même temps que sa version originale anglaise. Les deux auteurs, australiens, sont journalistes dans la presse de mode et commissaires d'expositions indépendants. En 2015, Rainer Wenrich, professeur en théorie de l'art à l'université catholique de Eichstätt-Ingolstadt, a dirigé un ouvrage collectif intitulé *Die Medialität der Mode, Kleidung als kulturelle Praxis, Perspektiven für eine Modewissenschaft* qui rejoint la

collection « Fashion » des éditions Transcript, dirigée par Gertrud Lehnert, théoricienne de la mode et professeur de littérature générale et comparée à l'Université de Potsdam. Si certaines thématiques et certains acteurs se retrouvent dans les deux ouvrages, les approches des auteurs diffèrent radicalement.

Mode ist Kunst porte son regard sur le XXI^e siècle, se proposant ainsi de mener une analyse des enjeux d'une *artificialisation* de la mode au cours de la première décennie de notre siècle.¹ Les auteurs ont construit leur propos autour de cinq parties, s'attachant à explorer les différents enjeux contemporains de la relation entre l'art et la mode. C'est le vêtement dans sa matérialité propre et comme lieu d'expérimentations esthétiques qui constitue un premier jalon à cette étude (« Mehr als Kleider: Mode als Kunst », p. 24-91) : on considère ici le travail de quelques créateurs de mode auxquels les auteurs prêtent des intentions artistiques, d'Hussein Chalayan à Henri Vibskov. La question des collaborations est ensuite abordée à travers certains projets jugés exemplaires, associant griffes de mode et artistes contemporains, à l'image des démarches menées par Prada ou Louis Vuitton. L'ouvrage se poursuit en déplaçant l'analyse vers le contexte muséal (« Augenweide und Inspiration: Mode im Museum », p. 152-200) : le Costume Institute du Metropolitan Museum of Art de New York, le Groeniger Museum au Pays Bas, le Design Museum de Londres ou encore le Musée des Arts Décoratifs à Paris font l'objet d'études de cas en parcourant leurs expositions jalons. C'est sur une réflexion autour de la photographie dans le champ de la mode que l'ouvrage s'achève (« Mode im Fokus: neue Modemedien », p. 202-244), s'interrogeant sur certaines alliances qui ont tout autant façonné l'image des créateurs de mode que la pratique des photographes, telle la collaboration entre Marc Jacobs et Juergen Teller. Un dernier chapitre est consacré à la question de la mise en espace de la mode (« Von der Boutique zur Galerie: Mode, Kunst & Architektur », p. 246-306) : de la boutique à la galerie, il interroge le vêtement exposé mais aussi la question d'une architecture de la mode, comme peuvent l'incarner immeubles *flagship* et musées-fondations qui constituent indéniablement un phénomène propre au tournant du XXI^e siècle.

Si la construction de l'ouvrage permet d'interroger un phénomène contemporain par des approches et thématiques complémentaires de l'objet à sa médiation, la teneur de son propos le rapproche plus volontiers d'un livre illustré au ton journalistique. La richesse de l'iconographie prend en effet le pas sur une analyse critique circonstanciée des liens entre art et mode. Les courts textes qui accompagnent l'inventaire des exemples appuyant chaque chapitre peinent à problématiser réellement les enjeux que chacun d'entre eux sous-tendent et ainsi à justifier leur choix. Dans leur introduction, les auteurs concèdent que beaucoup a été dit sur les liens entre art et mode mais que leur ouvrage entend réparer une lacune, celle d'un examen systématique des projets qui ont contribué à redéfinir la nature de la mode telle que nous la concevons aujourd'hui. Une telle assertion amène à juger avec plus de sévérité encore l'inventaire nécessairement subjectif de ces projets. Si l'on retrouve les grands noms du luxe qui ont en effet largement participé au cours de la dernière décennie au dialogue mode/art, l'éclairage proposé sur leurs initiatives tient plus du dossier de presse descriptif que d'une interrogation sur les implications réelles de telles démarches. Est-ce seulement l'esthétique des bagages Louis Vuitton revisités par Stephen Sprouse ou Yayoi Kusama qui interpelle ou bien la rhétorique déployée par la maison qui s'inscrit dans la stratégie de communication des marques de mode dans un contexte mondialisé ? Réduire la « liaison créative » que l'art et la mode entretiennent, pour reprendre

le sous-titre de l'ouvrage, à des parallèles formels ou aux intentions artistiques des couturiers en quête de légitimité semble dépassé au regard des renouvellements méthodologiques proposés notamment par Nancy J. Troy,² il y a bientôt quinze ans.

La courte bibliographie proposée en fin d'ouvrage, sur un sujet pourtant largement traité par les historiens et chercheurs en sciences humaines, et les références fréquentes à la documentation fournie par les marques elles-mêmes achèvent de positionner l'ouvrage comme un généreux catalogue d'images. C'est ainsi un riche témoignage, visuel avant tout, des projets qui ont façonné la mode du début du XXI^e siècle que nous livrent les auteurs.

La mise en regard des préfaces de *Mode ist Kunst* et de *Die Medialität der Mode* est révélatrice des intentions de leurs auteurs respectifs. Le premier s'ouvre sur un texte de Daphné Guinness que le rôle de muse et mannequin inscrit pleinement dans l'industrie contemporaine de la mode, quand le second est introduit par Harold Koda, conservateur du Costume Institute du Metropolitan Museum de New York. Guinness parle avec une subjectivité assumée d'une profession dont elle a fréquenté les acteurs, quand Koda jouit du recul théorique que permet son rôle au sein d'une institution centrale dans l'historiographie de la mode. C'est donc autour du musée, comme lieu propice à révéler les enjeux de la mode comme média, que s'entame la réflexion de l'ouvrage dirigé par Rainer Wenrich. Conçu à la suite d'un séjour de recherches aux États-Unis, le projet témoigne de sa volonté de proposer une passerelle entre le contexte anglo-saxon où la discipline des *Fashion Studies* se développe depuis plusieurs décennies et le milieu académique allemand dont sont issues plusieurs contributions récentes à ce champ de recherche. L'ouvrage se comprend comme un projet fédérateur, associant des chercheurs américains établis (Harold Koda, Valerie Steele ou encore Yuniya Kawamura) à une première génération de penseurs allemands reconnus (notamment Barbara Vinken, Gabriel Mentges ou Ulrich Lehmann). Wenrich défend ainsi une démarche fondatrice qui a vocation à contribuer à l'élaboration d'un domaine d'étude structuré.

Le caractère médiatique de la mode, ou la mode comme média, est ainsi une notion à explorer par le biais d'une démarche « itérative », suggérant de nombreux axes de réflexions tout en respectant le caractère résolument transdisciplinaire de la mode. Six chapitres composent l'ouvrage autour de problématiques distinctes. Une première partie intitulée « penser le vêtement » questionne l'établissement d'une théorie de la mode avec les contributions de Vinken, Steele, Kupka et Mentges ; « lire le vêtement » se positionne dans la continuité d'une sémiotique du vêtement, renouvelant la pensée de Roland Barthes ; « comprendre le vêtement » invite à s'interroger sur la spécificité de la mode comme pratique créative, par comparaison avec l'art et la photographie (Burcu Dogramaci, « Kreative Liaisons in Paris. Interferenzen von Mode, Kunst und Fotografie bei Paul Poiret und Elsa Schiaparelli », p. 147-165) ou encore dans le rapport au temps et à la nostalgie qu'elle implique (Heike Jenss, « Modezeiten-Bildwelten. Erinnerung und Nostalgie in der Kleidungspraxis », p.167-181) ; une quatrième partie s'interroge sur la manière dont le vêtement peut être transformé culturellement et politiquement, questionnant d'une part l'idée de la mode comme concept occidental

(Yuniya Kawamura, « Wie man die hegemoniale Idee der Mode als westliches Konzept auseinandernimmt », p. 185-193) et d'autre part le tournant éthique de la mode contemporaine (Gaugele) ; « présenter le vêtement » entend explorer l'idée du vêtement dans l'espace, depuis la manière dont les créateurs l'appréhendent dans leurs collections (Lehnert sur Iris Van Herpen et Mary Katranzou) ou leurs présentations et défilés (Alicia Kühl) jusqu'aux problématiques liées à son exposition (Ingrid Mida « Über die Praxis des Kuratierens », p. 251-264 et Katja Weise « Kleider die berühren. Über das Verhältnis von Kleidermode, Taktilität und Wissen in Museumsausstellungen », p. 265-287) ; un dernier chapitre termine l'ouvrage avec la question de la mode médiatisée, que ce soit à travers le cinéma (Ulrich Lehmann), la culture visuelle et matérielle du mouvement gothique (Birgit Richard) ou la tension entre nudité et parure dans la création de mode (Petra Leutner). C'est un article de Rainer Wenrich (« Vestimentäre Einschreibungen – Über mediale Verknüpfungen in der Kleidermode », p. 345-373) qui clôt le volume en proposant une exploration plus générale des liens entre art et mode à l'aulne du concept de la mode comme média qui structure l'ouvrage. Identifiant certaines figures clés qu'il qualifie de visionnaires, à même de brouiller les frontières (notamment Hussein Chalayan et Alexander McQueen), il s'appuie sur les théories développées par Angela Ndalians ou Bryan S. Turner à la suite de Christine Buci-Glucksmann,³ introduisant la définition d'une conception néo-baroque de l'industrie culturelle contemporaine pour en éclairer les démarches. L'auteur s'attache ainsi à concevoir la mode comme un phénomène global, du vêtement à son lieu de vente ou d'exposition – et à leurs médiatisations respectives. En cela, il l'inscrit aussi pleinement dans l'idée d'une société de consommation devenue spectacle où l'image médiatisée de l'objet prend le pas sur sa matérialité même.

Si Wenrich parvient bien à démontrer, par la variété des contributions, l'établissement d'un champ théorique allemand de *Fashion Studies*, on pourrait seulement regretter le recours à des figures devenues presque canoniques quand il s'agit de traiter des liens entre mode et art (Maggiela, Van Herpen, Chalayan, McQueen). En outre, hormis l'article de Burcu Dogramaci sur Paul Poiret et Elsa Schiaparelli, les auteurs se sont en majorité concentrés sur des enjeux contemporains. Davantage d'approches historiques auraient peut-être permis de proposer des contrepoints, particulièrement dans l'histoire allemande riche en projets utopiques et réformateurs sur la question du vêtement, du XIX^e siècle à nos jours. La contribution allemande aux *Fashion Studies* pourrait ainsi se jouer non seulement dans l'approche théorique mais dans un renouvellement des sources.

- 1 La version anglaise de l'ouvrage inscrit cette démarche dans son titre : *Art/Fashion in the 21st Century*.
- 2 Voir notamment Nancy J. Troy, *Couture Culture, A Study in Modern Art and Fashion*, Cambridge : MIT Press, 2002.
- 3 Voir l'introduction de Bryan S. Turner dans la traduction anglaise de Christine Buci-Glucksmann, *La raison baroque, de Baudelaire à Benjamin*, Paris : Galilé, 1984. *Baroque Reason, the Aesthetics of Modernity*, traduction de Patrick Camiller, Londres : Sage Publications, 1994, p. 1-36 ; Angela Ndalians, *Neo-Baroque Aesthetics and Contemporary Entertainment*, Cambridge : MIT Press, 2004.