

La mode peut-elle décider du beau ?

Éric Manguelin

Professeur de philosophie-culture générale en CPGE, lycée Camille Vernet (Valence)



Introduction

La mode peut-elle décider du beau ? Le verbe décider vient du latin *decidere*, qui signifie trancher. Or, trancher est tout à la fois choisir et imposer, décider pour soi et forcer la décision envers et face aux autres. Notre sujet nous place donc d'emblée devant la réalité sociologique concurrentielle de la beauté. La beauté n'est en effet pas exclusivement une valeur intemporelle, immuable, sans frontière comme on pourrait le croire au premier abord, mais s'avère pour le moins fortement aussi une valeur sociale, temporelle, bref le fruit de conjonctures historiques et géographiques déterminées, c'est-à-dire de modes. Chacun sait par exemple que les canons de la beauté féminine ou masculine ont évolué à travers l'histoire de l'art, mais aussi à travers l'histoire tout court, dont l'histoire de l'art dépend au moins autant qu'elle la féconde. Un problème est donc ici posé, que ne rencontrerait pas un

abord exclusivement intemporel d'une beauté considérée sans interrogation comme désintéressée, devant aller de soi et supposée s'imposer d'elle-même : comment détermine-t-on le beau valant pour le plus grand nombre ? Qui se donne le droit de le déterminer et selon quels principes ou critères ? Toute beauté sociale, comme toute mode, pourrait alors s'avérer de parti pris. Si bien que la beauté intemporelle elle-même, c'est-à-dire la beauté du temps jadis passée à la postérité et devenue paisible par son triomphe même, pourrait avoir été en son temps le fruit non pas du pur désintéressement comme pourrait le faire croire une relecture naïve et décontextualisée de sa manifestation, mais au contraire d'une lutte acharnée pour la victoire contre d'autres modes concurrentes. Témoins, parmi cent autres exemples, la lutte féroce entre les mouvements musicaux dits de jeunes pour devenir la mode dominante de cette génération. Pour prendre un exemple plus enlevé tiré de la grande histoire de l'art, les artistes anarchistes et contestataires qui ont fondé en 1916 à Zürich, le mouve-

ment dadaïste en plein cœur de la première guerre mondiale et en réaction envers les horreurs de la "grande guerre" contre lesquelles ils reprochaient aux artistes académiques ou officiels, institutionnels, de ne pas s'être érigés, ont été puiser leur inspiration créatrice dans des modes populaires parisiennes passées, méconnues et négligées, mais artistiquement très novatrices, par exemple dans les chansons supposées mineures du Montparnasse des années 1870, héritières de la Commune, et jusqu'à eux oubliées ou laissées pour compte par un pouvoir politique dirigé par un Thiers alors beaucoup plus soucieux, bien sûr, de remodeler Paris et d'imposer les boulevards et le style – ou ne serait-ce pas plutôt une "mode" désignée et donc imposée et élevée d'emblée par le pouvoir politique de l'époque au rang de style ? – Haussmann, qui répondait à une esthétique bourgeoise des vainqueurs, que l'honorer la mémoire des vaincus – qu'il avait fait envoyer par milliers au bagne ou en Nouvelle Calédonie. Les mémoires, pourvoyeuses elles-mêmes de modes, entrent donc entre elles

dans la même concurrence acharnée pour la victoire que l'avaient fait en leur temps les modes initiales, forcément elles-mêmes également plurielles. Pourtant, tous les Français sans exception, qu'ils se sentent ou non héritiers de la commune, honorent et saluent aujourd'hui avec fierté la beauté et le chic, bref le style, et non pas seulement la mode officielle, de *ces grands immeubles et boulevards Haussmann*, passés désormais à la postérité, qui quadrillent depuis la fin du XIX^e siècle le Paris intra muros, certes conçus à l'époque pour pouvoir faire donner plus facilement la troupe contre d'éventuelles futures émeutes populaires, mais devenus de nos jours indispensables pour faciliter et permettre la circulation automobile dans Paris, et sans

lesquels notre Paris éternel ne serait plus tout à fait Paris : "l'une des plus belles capitales du monde", etc. Chacun pense aujourd'hui que si l'on rasait les immeubles Haussmann comme avait osé l'envisager en son temps Le Corbusier (qui se réclamait d'une inspiration de gauche ou même communiste héritière de la commune), cela défigurerait la ville et nuirait à l'idée que nous nous faisons de ce que doit être et rester Paris. Quand la mode devenue ou désignée comme un style est comme on dit passée dans les mœurs, elle est supposée alors admise par tous comme belle éternellement ; que l'on adhère ou non à cette esthétique, personne n'osera désormais demander ou même penser, sous peine d'être déclaré fou, à la remettre en question et qui plus est à l'anéantir. Et Hitler, qui vou-

lait faire sauter tous les monuments de Paris durant les derniers jours de l'occupation allemande, en août 1944, peut être effectivement déclaré fou. On peut donc dire que la mode est effectivement parvenue à décider du beau social quand les vaincus eux-mêmes – mais ont-il le choix ? – en viennent à adopter la beauté sociale des vainqueurs et à l'intégrer à leur propre histoire – à défaut d'un accord universel impli-

térieurs ou étrangers : quelle mode ne se nourrit-elle pas d'une grande part d'exotisme ? Mais qui peut cependant résister dans une société donnée au raisonnement général – à la loi du plus grand nombre donc – selon lequel le victorieux est et était décidément supérieur ? *Le fait crée le droit*, comme on dit, et l'histoire donne raison et tranche en faveur des vainqueurs. Ceci veut dire que les vaincus eux-mêmes en vien-



Boulevard Montmartre
Peinture de Camille Pissaro (1897)

dront à adopter le modèle de beauté culturelle du vainqueur – ne finiront-ils pas le plus souvent par adapter leurs mots nouveaux à sa langue ? – et donc son imaginaire même ; les esprits seront alors conquis non seulement de l'extérieur, mais aussi de l'intérieur et ne s'opposeront plus aux vainqueurs ; alors seulement la victoire sera pleinement consommée ou acquise et le passé pourra seulement et enfin être vu avec le détachement nécessaire à la contemplation du beau prétendument considéré pour lui-même, de façon désintéressée donc. Pas plus que la mode, la beauté ne pourrait par conséquent être neutre, ce qui s'avère pour le moins troublant.

Or, nous savons que la mode, comme le maquillage, a mauvaise réputation dans le meilleur des mondes philosophiques du beau possibles : elle est accusée de réduire le beau, de l'aliéner même, de le rabaisser ou le ramener de la profondeur à la superficialité. La mode ne serait donc pas, selon cette hiérarchie des valeurs, autorisée à décider du beau, lequel serait et resterait alors infiniment supérieur, transcendant même. Pourtant, nous voyons bien que cette accusation de délit d'opinion et de triomphe du préjugé que les théories éternelles du beau instruisent contre la mode

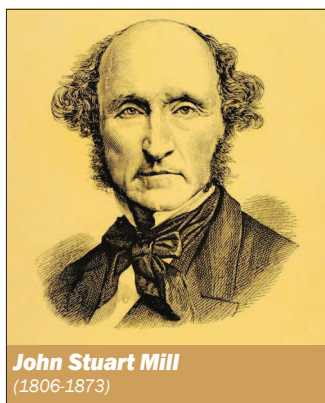
est largement réversible, car le préjugé pourrait bien être non pas seulement de croire aveuglément et naïvement en la toute puissance de la mode pourvoyeuse du beau, mais en la décision irrévocable de déclarer a priori et par principe la vacuité et l'inanité de toute mode. Mode et modernité signifient après tout la même chose et refuser à la mode tout droit de décider du beau serait ainsi logiquement dénier à quiconque tout droit de rechercher une beauté moderne nouvelle : ce serait donc croire que seule la beauté classique peut prétendre au beau, ce serait fixer non pas nécessairement mais au contraire arbitrairement le beau et donc le figer, lui qui est toujours neuf et non certes pas seulement nouveau, comme pourrait également à tort, selon une erreur symétrique, en préjuger la mode. Autrement dit, à moins de déclarer que le beau ne peut être qu'une chose du passé, ce qui serait l'expression d'une paresse intellectuelle consistant à confondre le beau éternel avec le beau du passé et finalement avec une beauté passée, nous serons bien obligés de mettre en valeur le moderne, la mode, comme mode de révélation et de dévoilement d'une beauté neuve, nouvelle, fraîche. L'étymologie du mot mode (du latin *modus*, manière) nous aide à donner crédit à cette alternative, puisque la manière possède deux sens bien distincts : l'un certes péjoratif signifiant les manières, le maniérisme, le mode d'exécution maniéré au sens où l'entend Kant, pourfendeur sans concession, presque contempteur de la mode et du maniérisme qu'elle porte in *Critique de la faculté de juger*, trad. Alain Renaut, G.F., p. 305 : "Le maniérisme est une autre sorte de singerie, à savoir celle qui consiste à cultiver la simple authenticité (originalité) en général pour certes se tenir éloigné le plus possible des imitateurs, sans posséder pour autant le talent de constituer en même temps un modèle", l'autre en revanche méliora-

tif signifiant la forme ou la manière originale et singulière, mais ici fructueuse et talentueuse, d'agir ou de faire, au sens où l'entend encore Kant dans la suite du même extrait : "Il y a en fait deux façons (*modus*) de composer l'exposé de ses idées, dont l'une s'appelle une manière (*modus aestheticus*), l'autre une méthode (*modus logicus*), lesquelles se distinguent l'une de l'autre en ceci que la première n'a pas d'autre critère d'évaluation que le sentiment de l'unité dans la présentation, alors que la seconde obéit ici à des principes déterminés ; pour les beaux-arts, c'est uniquement la première qui possède une validité". Toute la question devient donc de savoir si la mode du beau peut prétendre au statut de beaux-arts et donc de modèle fructueux ou talentueux, ou si au contraire on doit décider qu'elle ne fait que singer les beaux-arts, sans être capable de produire des idées neuves et fécondes et ne peut en conséquence dans son formalisme vide et sans force propre prétendre au statut de modèle. Mais qu'est-ce au juste qui serait fondé à interdire tout droit de concevoir la mode comme une production faisant partie des beaux-arts ? Serait-ce le simple fait qu'elle réussit à influencer les comportements sociaux de son temps qui lui vaudrait tous ces reproches et griefs exacerbés ? Une telle attitude de défiance et de récrimination prouverait, comme du reste toute défiance ou récrimination, davantage sur elle-même, en l'occurrence sur la jalousie, le ressentiment ou instinct réactif dirait Nietzsche dont elle serait porteuse, que ce contre quoi elle voudrait ou prétendrait s'acharner : le droit de la mode à décider du beau. Car qu'est-ce qui motiverait précisément cette récrimination de principe à l'égard de la mode pourvoyeuse de modernité et d'un modèle du beau, sinon la conception peut-être stéréotypée et facile d'un beau éternel et immuable, dont on peut justement suspecter qu'il ait été subrepticement

"décontextualisé" a posteriori, placé rétrospectivement hors de son contexte social initial, et en définitive, sous prétexte de pureté du désintéressement, incompris, déformé, idéalisé, déréalisé ? La caricature d'un "mode de production artistique maniéré" telle que nous l'offre Kant dans la conclusion et suite immédiate du texte déjà cité, dont nous voyons très vite qu'elle correspond à sa vision de la mode par définition et principe selon lui productrice de faux modèles malnés ou mort-nés, sans fond et éphémères, devra donc être par nous à son tour interrogée et problématisée. Il n'en demeure pas moins vrai que la recherche d'une singularité à tout prix ne peut qu'attester un esprit suiviste et qui se sait au fond suiviste : vouloir être à tout prix à la mode constitue donc une idéologie déformatrice du réel, une forme de mauvaise foi, qui consiste à se faire croire qu'on est original quand on n'est en réalité que suiviste, certes faute de talent, donc malgré soi et par dépit. Écoutons encore à cet égard Kant, qui poursuit : "Cela étant, on dit qu'une production artistique est maniérée dès lors que l'exposition de son Idée s'y trouve orientée vers la singularité et n'est pas rendue adéquate à l'Idée. Le précieux, le guindé et l'affecté, qui n'entendent que se distinguer du commun (mais sans âme), ressemblent à l'attitude de celui dont on dit qu'il s'écoute parler, ou de celui qui adopte le même maintien et la même démarche que s'il était sur une scène, pour être admiré de ceux qui le regardent – ce qui trahit toujours un sot".

Revaloriser le beau social, concurrentiel et passager contre le beau classique, éternel et désintéressé sera en conséquence laisser penser en nous le sociologue contre le philosophe, ce qui ne nous sera certes pas chose évidente ou aisée, mais la célèbre formule de Heidegger "penser, c'est penser contre soi-même" nous tiendra ici lieu d'en-

couragement et de guide. Car ce n'est sans doute pas un hasard, en dépit de ce que pense Kant, si le mot mode qui nous occupe ici a la même racine (*modus*) que le mot moderne – qui ramène déjà l'éternel au simple passé devenu pérenne – mais aussi précisément que le mot "modèle". C'est de toute façon un fait établi que la mode se propose par définition de devenir et de fournir, voire d'imposer un modèle social par lequel ses contemporains accéderont prioritairement au beau ; mais toute la question est de savoir si non seulement le sociologue, mais encore le philosophe, peuvent lui en reconnaître de surcroît le droit. Or, la troisième phase de notre étude montrera que ce modèle que constitue *de facto* la mode a pour caractéristique d'être non pas parfait, inattaquable, mais fondamentalement paradoxal et même contradictoire. Un modèle est en effet à la fois au sens mélioratif ce qui constitue un exemple de bon aloi, dépositaire de la liberté – ce que nous entendons à l'occasion devenir pour les autres –, et au sens péjoratif ce qui enferme dans un conformisme de mauvais aloi ou aliénant – ce que les autres sont pour nous. John Stuart Mill disait ainsi dans *De la liberté*, Folio essais, trad. Laurence Lenglet, p. 68 : "il existe en chacun la même volonté de se comporter en modèle pour son voisin et de se conformer au modèle que représentent ses amis". Mais, curieusement, les multiples contradictions internes que porte la mode dans son désir de décider à chaque fois d'un nouveau modèle social du beau, même si elles se révèlent indépassables, seront à porter non pas à son encontre ou discrédit,



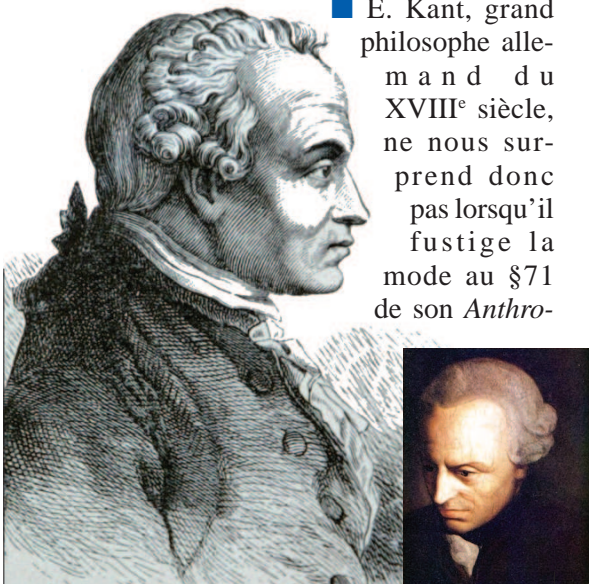
mais plutôt à son crédit ou avantage, ce qui l'éloignera ou démarquera définitivement à nos yeux de la démarche philosophique en quête de vérité, dont le souci numéro un est précisément de concevoir des systèmes internes non contradictoires pour ne pas prêter le flanc au scepticisme. La mode, quant à elle, se moque de la vérité éternelle et de l'universel, qui de toute façon n'est accessible qu'à la pensée dite pure ou métaphysique, délivrée du sensible, c'est-à-dire désintéressée, mais elle se contente d'influer selon son intérêt – et contre la concurrence – sur le beau et d'en proposer un modèle empirique à la société qui est la sienne et qu'elle contribue au quotidien à repenser et par conséquent à (ré)ouvrir. Pensons bien que sans mode, c'est-à-dire sans modernité, une société serait inévitablement non pas ouverte mais fermée, morte, close, sclérosée. La mode offre un modèle de société d'abord au sens où elle nous persuade ou nous invite à ouvrir les yeux sur le monde actuel qui est le nôtre, au risque certes – selon sa mauvaise habitude – de toujours tenter de renvoyer le passé non pas à l'éternel, mais au ringard, au dépassé. C'est en tout cas le phénomène même de la mode, pris comme modélisation du beau général, valant dans une société pour le plus grand nombre possible de personnes, qui deviendra ainsi le centre ou noeud de notre réflexion problématisée et s'avérera, dans et par ses multiples contradictions internes mêmes – bien davantage que le beau éternel lisse et rangé, c'est-à-dire réglé –, riche d'enseignements pour notre sujet. Mais ce faisant, la question de savoir si la mode peut ou non décider du beau non pas seulement pour le présent mais aussi pour le futur deviendra alors elle-même, selon une mise en abyme de la décision, insoluble, indécidable.

■ ■
**La mode n'est
 traditionnellement,
 selon l'histoire de
 la pensée dominée par
 la philosophie,
 reconnue ni comme apte
 ni comme fondée, par son
 manque même d'élévation
 et de noblesse,
 à décider du beau**
 ■

Delacroix s'écriait dans son *Journal* : "je ne suis pas né décidément pour faire des tableaux à la mode". Et effectivement, le peintre et plus généralement l'artiste sont traditionnellement, de l'intérieur comme de l'extérieur, vus comme des solitaires inaptes à entrer dans le jeu hypocrite et la compromission envers les séductions et modes de leur temps. Au contraire, le véritable artiste semble être celui qui sait résister aux sirènes de la mode, c'est-à-dire ici aux fausses valeurs, qui peuvent sans doute être célébrées et reconnues presque unanimement par le général, par monsieur tout le monde, mais n'ont toutefois pas l'envergure et la force de l'universel, que seule une poignée de personnes au goût éclairé peuvent reconnaître dans ce qui leur est contemporain. C'est que l'artiste authentique entretient un rapport intime avec lui-même et avec ce qu'il veut faire avant d'entretenir un rapport à la société qui l'abrite et qui reconnaîtra ou non un jour son oeuvre. Le rapport aux autres est certes important, ici comme ailleurs, car un artiste ne pourrait pas durablement s'en passer, sous peine de rester incompris et de devenir fou, mais il est secondaire et

n'est certainement pas prioritaire. La mode peut donc bien décider du beau général, de l'agréable (mais aussi du désagréable, de ce qui sera rejeté), mais non pas du beau universel, du beau véritable, qui ne sera pleinement et clairement reconnu que plus tard, quand les brumes et confusions de la période en cours se seront levées et seront dépassées. Penser que la mode est capable de décider du beau, ce serait donc inverser la hiérarchie de la création, qui consiste à partir de soi pour aller seulement ensuite vers les autres ; si l'on parlait de ce que la mode propose ou tente d'imposer, on partirait des autres et on raterait ainsi inmanquablement le beau à force de vouloir frénétiquement le chercher, cette démarche prenant pour noms : "le suivisme", "la flatterie", "l'effet de groupe" ou encore "l'effet mouton".

■ E. Kant, grand philosophe allemand du XVIII^e siècle, ne nous surprend donc pas lorsqu'il fustige la mode au §71 de son *Anthro-*



Emmanuel Kant
(1724-1804)

pologie, la qualifiant de "platitude apprêtée". Toute mode est ici vue comme une mode de cour, de courtisans, et il est vrai que partout dans le monde, et à tous les niveaux de la société, il y a des courtisans et des cours. La dimension sociale et même mondaine de la mode est donc sagement et consciencieusement repérée par Kant. La mode est une imitation visant à ne pas paraître

inférieur aux autres ; se mettre à la mode, c'est vouloir se rehausser au regard des autres, bref vouloir être bien ou mieux vu, bien ou mieux considéré. Si bien que le beau ne peut plus ici prétendre au désintéressement, à la gratuité, qui semblaient pourtant en principe le définir. Un hiatus, une contradiction s'établit alors entre la mode, que l'on appelle aussi "la pompe", marquée par un formalisme extérieur, superficiel, et finalement mort-né, et l'intériorité et la profondeur, bref la fraîcheur et l'authenticité requises pour accéder au beau. Le divorce semble à ce stade irrémédiablement consommé entre la mode et le beau, si bien que la mode ne paraît décidément pas apte ni même fondée, autorisée à décider du beau.

■ Un autre point important est à la charge de la mode : elle n'a pas la profondeur et l'implantation historique d'un style. La mode désigne un engouement passager d'une société, qui est imputable à la foule et s'avère par conséquent arbitraire, non nécessaire, tandis que le style répond bien davantage à une nécessité, à un processus interne de l'histoire de l'art, comme par exemple, dans l'art moderne, le passage du style ou courant impressionniste au style cubiste. Autrement dit, tout style ne paraît pas pouvoir succéder à n'importe quel autre, mais semble au contraire – a posteriori et donc seulement rétrospectivement il est vrai – issu du déroulement nécessaire et irréversible de l'histoire de l'art et de la production du beau. A l'inverse, une mode semble pouvoir succéder à n'importe quelle autre ; de même, les modes semblent réversibles entre elles : on peut remettre au goût du jour une ancienne mode, ce qui lui donnera un regain (certes par définition passager) d'intérêt. Un style est par ailleurs bien plus durable qu'une mode et fera date, s'inscrira dans l'histoire de l'art ; alors que la mode, réduite

à elle-même, ne sera par delà son siècle plus connue que des seuls érudits et spécialistes d'un siècle, voire d'une décennie. Le temps aura ici fait son œuvre, son écrémage et ne gardera que les courants artistiques et intellectuels, bref les styles, qui seuls dès le départ valaient vraiment d'exister. Écoutons le célèbre sociologue Pierre Francastel in *Art et technique aux XIX^e et XX^e siècles*, Tel Gallimard, p. 227 : "Il convient à ce propos d'établir une distinction fondamentale entre les modes et les styles (...). Tandis que la mode répond à un désir éternel de mobilité, le style, comme l'a montré R. Bonnot, répond aux vœux d'une société qui se veut et se croit éternelle." Le "beau éternel", nous y revoilà ! Décidément, entre l'éternel et l'éphémère, il n'y a pas même une lutte, car celle-ci serait trop inégale – encore que le recul du temps renversera la tendance et fera que la mode, facile et générale, sera d'abord donnée en son temps victorieuse sans discussion contre le style exigeant et universel, pour être finalement donnée vaincue par le jugement de l'histoire, qui ne retient que les vraies valeurs ; mais dans les deux cas de figure, aux résultats inverses, il n'y aura même pas eu de lutte et la victoire aura été donnée sans discussion. Le style est donc fondé à décider du beau, mais visiblement pas la mode, qui n'atteint précisément jamais le niveau et l'envergure d'un style. La mode est un style au rabais, mais ne peut prétendre à la dignité du style, qui sera par conséquent déclaré seul fondé à produire du beau.

La décision semble ici tranchée et irrévocable : la mode ne peut et ne pourra jamais décider du beau ! Pourtant, un problème se fait jour quand on se rend compte que la mode possède une dimension officielle, consciente, mais aussi une dimension non-officielle, souterraine, inconsciente et l'on peut dire que tant

cette dimension consciente que cette dimension inconsciente de la mode ont chacune leur pauvreté et leur richesse. En tout cas, cela nous amène à relativiser le jugement unilatéral que nous portions jusque-là sur la mode, considérée comme mauvaise décideuse et conseillère du beau, pour proposer et formuler que celle-ci s'avère aussi porteuse d'une richesse insondable et insoupçonnable. En conséquence, la foule, décideuse et porteuse de la mode, peut être considérée à la fois comme superficielle, suiviste, simpliste, pauvre d'esprit, et comme sociale, complexe, respectable, féconde, riche, car ce ne sont pas seulement des aspirations vulgaires ou basses – à la guerre, à la domination, à la servilité – mais aussi des aspirations fortes et profondes – à la paix, à la concorde et à l'amitié entre les peuples, à la liberté – qui alternativement et certes successivement et arbitrairement la portent. La mode semble donc à la fois apte et légitimée, fondée à apporter à ceux qui la suivent (de même qu'à ceux qui l'observent !) autre chose et plus qu'elle-même. Elle est fondamentalement une émergence qui se dépasse et se transcende elle-même. Elle amène avec elle l'imprévu, voire l'inespéré et donc l'étonnant et pas seulement le nouveau, le différent, donc le surprenant. Il est du reste à noter que la mode peut ne pas coller aveuglément au seul temps présent, mais peut aussi revisiter les belles oeuvres du passé pour les remettre en valeur ou "au goût du jour" comme on dit, et leur (re)donner de la sorte comme une nouvelle jeunesse, voire une nouvelle chance. On sait par exemple que le Lorrain, peintre paysagiste de la lumière au XVII^e siècle, de basse extraction, est resté relativement ignoré en France jusqu'à aujourd'hui et n'y a en tout cas pas inspiré ou déterminé l'évolution artistique ultérieure,

car la peinture de paysages y a longtemps fait partie des arts dits mineurs par comparaison avec l'art religieux et les peintures d'histoire – il a été sous-estimé par Diderot au XVIII^e siècle –, alors qu'il a toujours été célébré hors des frontières hexagonales, notamment par les peintres paysagistes anglais du XVIII^e mais surtout du XIX^e siècle tels que Turner ou Constable – précurseurs de l'impressionnisme –, qui se déclarèrent ses héritiers spirituels, l'appelant affectueusement Claude, de son nom Claude Gellée – comme nous disons Raphaël ou Michel-Ange – ; le Lorrain est devenu grâce à eux à la mode moins dans son espace-temps propre que dans le leur : Turner a par exemple offert un tableau à la National Gallery de Londres à condition qu'il soit en permanence accroché à côté d'un tableau de Claude Gellée, dit le Lorrain ; le visiteur sera donc surpris de voir un tableau britannique du XIX^e siècle dans la section dévolue aux peintres français du XVII^e siècle. Le Lorrain n'aura donc pas inspiré directement les impres-

sionnistes français, mais seulement indirectement, via les peintres "luministes" anglais que furent Constable et Turner. Pour qu'un artiste du passé soit enfin célébré comme il le méritait, encore faut-il qu'il redevienne à la mode sous l'impulsion de spécialistes ou confrères, dont seul l'engagement passionné auprès de l'oeuvre du maître et la lutte pour réparer une injustice de l'histoire pourrait faire dire à un kantien qu'ils ne sont pas désintéressés, c'est-à-dire affectivement indépendants et désengagés à l'égard du sort de l'oeuvre belle. Les grandes oeuvres pourvoyeuses de modèles indépassables et inimitables – mais constamment imités – du beau, doivent au demeurant pour continuer d'exister à travers les âges et devenir ainsi intemporelles, immortelles, tel le Phénix renaissant perpétuellement de ses cendres, faire l'objet de modes et relances régulières et successives – on dira que tout l'oeuvre de Rembrandt "redevient à la mode en ce moment", etc. –, qui seront certes d'autant plus gagnées d'avance que ces oeuvres auront déjà creusé leur sillon dans



John Constable (1776-1837)
Autoportrait (1806)



Claude Gellée dit "Le Lorrain"
(1600-1682)

l'histoire de leur art – à la fois dans et au-delà de leurs frontières – et qu'elles auront été en conséquence régulièrement revisitées par un large public de connaisseurs mais aussi d'hommes du peuple. Ce qu'il faut bien ici avouer, c'est donc que l'œuvre ne continue à vivre au-delà de ceux, ses contemporains, auxquels elle était destinée, pour atteindre l'immortalité du chef-d'œuvre, que pour autant qu'elle reste célèbre, c'est-à-dire redevient régulièrement à la mode ; cette réactivation du passé dans le présent ne va donc jamais d'elle-même et doit être perpétuellement suscitée, (re)suscitée pourrait-on dire. Autrement dit, la mode n'est pas forcément dérisoire et vaine, tout juste capable de donner un souffle aux œuvres mineures du beau et considérées comme inférieures, mais s'avère également capable de profondeur et de fécondité, et doit aussi concerner les œuvres majeures du beau, même si le succès de celles-ci, notamment auprès des connaisseurs, est par définition dilaté dans le temps. On pourrait dire ainsi que la célébrité n'est qu'une mode régulièrement réactivée et possède donc en réalité toujours des hauts et des bas et pas seulement des hauts. Autrement dit, la mode offre fondamentalement un flux ou courant porteur généreux et profond, bref un don au monde, et n'est pas intrinsèquement ou extrinsèquement réductible à une superficialité, à une futilité ou à une frivolité. La mode déborde de fraîcheur et non pas seulement de candeur ; elle est intelligente et non pas simplement sottise, adaptable par et pour chaque individu dans sa singularité et non pas seulement un vulgaire phénomène de groupe, etc. Bref, la mode est un phénomène social complexe qu'il serait simpliste et sot de réduire à un simplisme et à un suivisme grégaire et sot.

■ ■

La mode est étonnante et révèle des trésors de forces à celui qui accepte de la prendre enfin au sérieux et de renoncer à la dénigrer d'emblée. Elle est le symbole du moderne et est à ce titre décisive de ce qui est socialement décrété comme beau

■

Baudelaire est le grand apologiste, propagandiste même, de la mode. A ce titre, il est un penseur révolutionnaire car nul grand penseur n'avait à ce point avant lui valorisé ou même revalorisé – et non survalorisé comme nous allons le voir – envers et contre tout, la mode, pourvoyeuse du beau. Il sera donc le pilier de notre présente tentative de réhabilitation de la mode dans sa capacité et légitimité à décider du beau.

■ Il s'avère que dans l'histoire de la pensée – justement moderne –, Baudelaire fut le plus capable de revaloriser la mode, dans la mesure précisément où il créa et imposa auprès de ses contemporains le concept même de modernité, de “moderne”, qui est étymologiquement (du latin *modus*, manière) de la même racine que “mode” – au féminin comme au masculin. Valorisant le moderne – par exemple le romantique et coloriste Delacroix contre le classique Ingres, peintre et dessinateur de la ligne – tranchant par conséquent dans la querelle des anciens et des modernes de son siècle en faveur des seconds contre les premiers, il (re)valorisa conséquemment la

mode. A l'inverse, vouloir récuser toute mode au nom de la défense d'une beauté éternelle désintéressée et gratuite serait récuser par là même tout droit du beau à bénéficier d'une expression moderne, bref tout droit et capacité du beau à se renouveler, ce qui constituerait une posture indéfendable et en définitive fermée, réactionnaire. Écoutons Baudelaire dans *Critique d'art* Folio essais, pp. 345-346. Le beau a donc deux faces et non pas une seule : éternité et mode, classique et moderne. Cela ne signifie pas que la mode puisse seule décider du beau, mais plutôt qu'elle n'en sera pas pour autant ici exclue. Cette pensée a l'immense avantage de situer historiquement – mais aussi géographiquement – le problème et de ne pas se réfugier, sous prétexte d'un rejet a priori de toute mode – laquelle monopolise quoi qu'on en dise le rapport dominant d'une société à son présent –, dans les valeurs supposées éternelles du passé. L'éternel devient ici l'intemporel, c'est-à-dire ce qui transcende son époque pour être de toutes les époques et de tous les lieux. Mais le beau n'en a pas moins toujours une actualité, qu'il faut respecter et honorer. Au théâtre, par exemple, on valorise les œuvres anciennes passées à la postérité, mais il ne faut pas pour autant oublier ou dénigrer les œuvres contemporaines à la mode, qui sont autant d'essais artistiques et dont certaines passeront justement à la postérité, sans quoi on tuerait l'art vivant et sans quoi les œuvres du passé n'auraient elles-mêmes pas eu leur chance, n'auraient pas eu de présent ni par conséquent d'avenir. Le culte exclusif des œuvres ou beautés passées reposerait alors sur la paresse intellectuelle consistant à ne pas vouloir ou ne pas être capable – ce qui revient en définitive au même – de discerner dans les œuvres du présent, de la mode, celles qui justement pourraient ou

mériteraient de passer à la postérité. A l'inverse, ne jurer que par les œuvres du passé ne prouverait pas pour autant qu'on est capable par soi-même d'en éprouver la vraie beauté, car éprouver une beauté est la rendre à nouveau contemporaine, présente : ce serait au contraire prouver contre soi-même qu'on manque de goût et de discernement esthétique. La mode est donc bel et bien la compagne inévitable, pour ainsi dire fatale, du goût esthétique autonome et raffiné.

■ Et Baudelaire ajoute in *Critique d'art*, Folio essais, pp. 374-378 un autre argument à l'appui de son plaidoyer en faveur de la mode créatrice du beau : c'est celui du caractère civilisateur et donc raffiné de toute mode, bref de tout artifice, contre la naturalité brute, brutale, justement sans artifice de ce qui est simplement donné. Si la mode, qui ne peut être que construite à partir du donné naturel, est artificielle, ce n'est donc pas en un sens uniquement péjoratif, mais aussi et bien plus profondément en un sens mélioratif ou laudatif. La civilisation des hommes est le fruit d'une création ou production en masse et systématique d'artifices, qui nous permettent non pas seulement de tromper ou de tricher avec la nature, mais de tenter de la dominer, à l'extérieur de nous comme en nous mêmes. Par suite, la mode ne doit pas seulement être considérée comme superficielle, de surface, mais à l'inverse comme ce par quoi nous traduisons notre intériorité sur et contre la nature extérieure, certes pour la modifier, mais aussi pour nous y révéler, pour y révéler notre intériorité. La profondeur de l'être ne peut se conquérir elle-même qu'à la surface du devenir, de la mode, de ce qui apparaît ici et maintenant. Dans l'artifice et la superficialité même de la mode se révèle donc une profondeur, la profondeur même de la condition humaine.

L'artifice de la mode est donc ce par quoi l'homme renouvelle sans cesse collectivement et socialement sa tentative de domination de la nature en lui et précisément parce que cet artifice n'est jamais définitivement gagné sur la nature et est toujours à recommencer, il s'avère à la fois superficiel et profond, dominateur et fragile. Le fard à la poudre de riz ou maquillage qui masque les aspérités naturelles de la peau du visage constitue donc moins une tricherie ou tromperie sur la beauté – car il se voit tout de suite – qu'un aveu de la fragilité même de toute beauté ; et il n'en est donc que plus touchant. Autrement dit, la mode nous touche moins parce que nous serions tous des moutons idiots ou manipulables que parce que chacun sait en son for intérieur d'être humain qu'elle représente une prise sociale et individuelle passagère et donc fragile sur la nature. La fugacité même de la mode est le symbole de la fugacité de l'existence et du temps humain, tant individuel que social. Si bien que la mode n'est à ce compte pas aussi futile ou insipide qu'il y paraît, mais nous renvoie à la fragilité de notre condition humaine sujette à la maladie, à la faute et à la mort, bref nous renvoie à notre finitude même, qu'elle nous révèle bien plutôt qu'elle nous la masque ou nous la fait oublier. Et la civilisation est précisément cet effort humain continu et toujours à recommencer pour que le point de départ purement naturel de la vie, de la naissance, ne soit pas identique au point d'arrivée, ce qui passe par un effort sans fin pour s'organiser et lutter collectivement contre la finitude et contre la mort. Et même si la mort finit toujours par rattraper et saisir tant les individus que les modes sociales qu'ils traversent, la civilisation qui les porte et qu'ils contribuent à entretenir et à prolonger dans ce qui aura été, pour et à leur époque,

moderne, pourrait bien quant à elle ne pas mourir, bref pourrait atteindre une éternité supposée ou tout du moins une durabilité exemplaire : tel est bien le projet humain fondamental, qui se lit dans toute manifestation de la culture, par exemple dans la respiration d'une langue, sujette à des modes et à des inflexions continues, mais malgré tout douée d'une vie propre et continue, qui transcende les individus qui la parlent et la fait espérer par eux éternellement vivante, ce qui ne va pas d'ailleurs sans une lutte continue contre et avec les autres langues, vécues comme concurrentes. Si bien que la mode, manifestation culturelle fondamentale, n'est rien de moins, rien de plus, selon Baudelaire, que le point d'affleurement dans le présent historique et géographique de cette lutte humaine collective à jamais recommencée et renouvelée pour la civilisation et contre la nature. On voit donc que Baudelaire parvient à donner ou plus exactement à rendre à la mode toute sa profondeur et sa dimension pourrait-on dire transcendante ou métaphysique. C'est l'être même de l'humanité qui vient affleurer à sa surface même du déploiement de la civilisation, dans le temps et l'espace, historiquement et géographiquement, à travers le phénomène social et collectif de la mode, dont on peut bien dire qu'elle est fondée pour moitié – en partage avec la postérité éternelle – à décider du beau. La mode n'est que la pointe de la civilisation, et ne peut en conséquence pas ne pas être productrice de beautés bien entendu toujours artificielles, mais cette fois au sens mélioratif.

■ Pourtant, croire en la mode, en la force du moderne, n'est pas croire chez Baudelaire que cette même mode puisse pour autant se permettre de tenter d'invalider le passé, en le déclarant dépassé, comme cela se produit chez ceux

qui se proclament détenteurs du “progrès”, commettant-là l’erreur symétrique de celle qui consistait à rejeter toute modernité et toute actualité nouvelle du beau au nom de la supériorité indépassable du passé. On peut dire que ni le présent n’est en soi-même supérieur au passé, ni le passé n’est en soi-même supérieur au présent, parce qu’ils ne peuvent être comparés selon une seule et unique échelle de mesure – puisque leur temps et leur espace social n’est par définition plus le même. Les mettre en concurrence serait inévitablement précipiter notre jugement et énoncer, dans un sens comme dans l’autre, des anachronismes et des jugements à l’emporte-pièce. Ni l’idéologie du progrès, ni l’idéologie passéiste ou réactionnaire, ni par conséquent l’optimiste décrété ni le pessimisme décrété ne sont donc de mise pour Baudelaire, qui choisit de prendre la médiane entre ces deux attitudes extrêmes, entre ces deux écueils, qui ont pour point commun de reposer tous deux sur des pétitions de principe mélioratives en faveur de ce que l’on choisit de défendre et péjoratives à l’encontre de ce que l’on choisit de décrier. La valorisation ou la revalorisation de la mode ne vont donc pas ici de pair avec une survalorisation de la mode au nom du progrès. Ce n’est donc plus la mode en tant que telle, globalement, comme cela était le cas dans la première étape de notre réflexion, mais seulement la survalorisation de la mode prenant le nom de progrès qui peut seule selon Baudelaire être jugée vaniteuse. L’accusation de fatuité ne pourrait donc que concerner cette autojustification de la mode qui se nomme “progrès”. Parce qu’il est illusoire de décréter que le présent, le nouveau, est par définition meilleur que le passé ou l’ancien, il n’en faut pas moins libérer le présent d’une trop grande dette ou aliénation à l’égard du passé. Le point d’équilibre entre

la valorisation du passé et la valorisation du présent, qui exclut toute dévalorisation tant de l’un que de l’autre, semble ainsi très finement trouvé par Baudelaire. On citera ici Baudelaire *Critique d’art*, pp. 240-241 ainsi que les commentaires éclairés que fait de ces textes le critique d’art et muséologue contemporain Jean Clair, qui prend appui sur ce grand penseur pour fustiger les avant-gardistes de la modernité qui lui sont contemporains, autoproclamés tenants d’un progrès qui a pour redoutable inconvénient de se donner le beau rôle et donc de sombrer *ipso facto* dans l’idéologie (Jean Clair *La responsabilité de l’artiste*, le débat Gallimard pp. 21-24 et Jean Clair *Considérations sur l’état des beaux-arts* NRF essais Gallimard, pp. 68-71).

Notre dernier choix de texte de Jean Clair dans *Considérations sur l’état des beaux-arts*, NRF essais, p. 71 se finit ainsi : “Selon Baudelaire, *modernitas* et *antiquitas* ne s’opposent pas : l’antiquité est le modèle, toujours présent, dans lequel la modernité vient imprimer l’estampille originale du temps”. On peut dire pour prolonger cette réflexion, à la fois que la beauté classique, éternelle ou devenue intemporelle, est le modèle de la beauté moderne, mais encore que la beauté moderne, la mode, est en et à elle-même son propre modèle. Chacun sait en effet que la mode vestimentaire par exemple demande des modèles, à savoir des patrons, et l’on peut ainsi dire qu’il n’y a pas de mode sans modèle qu’elle se donne à elle-même. Ceci veut dire que la mode possède une certaine autonomie par rapport à tout ce qui l’a précédé, même si elle se démarque du passé et lui emprunte tout à la fois ; cette autonomie relative, qui fait notamment qu’on peut identifier assez clairement à la fois le début, la fin et l’unité ou la cohérence d’un courant de mode, va

même jusqu’à concerner le rapport de la mode à l’intérêt, à l’usage. Dans la mode, en effet, la fonction prime sur l’intérêt, lequel peut même être carrément oublié, c’est-à-dire ici renié. Roland Barthes remarque ainsi dans *L’aventure sémiologique*, p. 259 : “la mode peut proposer des manteaux de pluie qui ne pourraient en rien protéger de la pluie”. Autrement dit, la mode peut aller jusqu’à quitter son ancrage ou attachement normal et traditionnel à l’intérêt, pour ne garder de l’usage que la fonction, le symbole – on reconnaîtra toujours un manteau de pluie à la mode, même s’il peut ne plus servir en rien à protéger de la pluie – et entrer ainsi dans une forme d’utopie, d’irréalité : pensons à la haute-couture. La mode ainsi redéfinie n’honore plus qu’une fonction et parvient donc à se hisser au niveau de ce qui, au sein du monde de l’usage et de la fonction, de l’action selon un rôle, tend le plus au désintéressement. N’oublions pas à cet égard que le mot “luxe” possède deux sens, qui se trouvent chacun mis en exergue, exacerbés, mais en définitive conciliés, réunis, et même mariés dans la haute-couture, à savoir : le très coûteux et le gratuit, la visibilité ostensible et le désintéressement, l’accaparement et le don, le superflu et la surabondance. L’autonomie relative mais non pas certes absolue de la mode se lit en outre très bien dans le fait qu’elle peut décider du beau moderne, mais aussi du laid, redéfinissant l’un et l’autre. Si le veston, le chapeau ou les bottes sont remis au goût du jour par la mode, ce qui était encore laid hier et que personne ne mettait plus sous peine d’être vu comme “ringard” redeviendra beau. Cela signifie à la fois que la mode est assez puissante pour redéfinir – certes au niveau du goût général seulement et non pas du goût universel, qu’elle n’atteint pas ni ne prétend atteindre – ce qui sera socialement un temps considéré ou reconsidéré par le plus

grand nombre comme beau ou laid. Aussi la mode renouvelle-t-elle notre regard, ce qui est traditionnellement demandé au beau ; se révélant capable de nous surprendre et même de nous étonner, elle prouve ainsi qu'elle possède une force propre, assez autonome. Alors que nous postulions dans le premier mouvement de notre réflexion l'hétéronomie de la mode et de ceux qui la suivent, nous en arrivons ainsi à la fin de ce second mouvement de notre réflexion, que nous achevons ici, à la conclusion inverse que la mode est pourvoyeuse de façon certes non pas absolue mais relativement autonome du beau et en tenons pour

preuve le constat qu'elle se révèle fondée et capable de renouveler et réorienter notre rapport social et collectif, à savoir général, à la beauté. Notre troisième partie tentera de pointer plusieurs autres oppositions fondamentales de ce type autour de la mode pour nous amener à cette conclusion qu'on ne peut décider au présent si la mode est fondée et capable de décider du beau au-delà du présent, à savoir pour l'avenir (quand le présent sera devenu passé). La mode s'avère en tout cas dès à présent constituer un modèle à la fois socialement incontestable et philosophiquement contestable, du beau.

cyclique, l'autre et le même. On la rencontre partout, en tous lieux et en tous temps : il y a toujours eu des modes et y en aura toujours, dans toute société humaine ouverte ou un tant soit peu ouverte – telle est l'universalité de la mode –, au point qu'il n'est même pas concevable qu'une période de l'histoire, aussi courte soit-elle, puisse ne pas avoir eu sa ou ses modes, mais elle est pourtant en elle-même fondamentalement changeante et instable : comme chacun sait, elle part, disparaît même aussi vite qu'elle est venue : d'un seul coup, d'un seul ; elle "prend" soudain auprès d'un large public, semble pleine de vie et d'avenir, puis un jour ne "prend" plus et périlite rapidement, semblant épuisée ; elle s'impose d'abord comme une évidence et s'estompe en fin de compte comme une erreur. On pourrait en effet croire qu'une mode, une fois éteinte, ferait de nous des hommes et femmes enfin détrompés et avertis, qui ne s'y "laisseraient décidément plus prendre" ; mais sitôt ces paroles proférées, une autre mode, certes changée et renouvelée, renaît de ses cendres pour nous surprendre à nouveau, autrement, toujours autrement. Si bien que la mode est tout à la fois ce qu'il y a de plus changeant et mouvant, instable dans les sociétés humaines, et ce qu'il y a de plus permanent et durable, presque éternel. Mais peut-être en va-t-il de même pour le beau... N'est-il pas tout à la fois, dans sa forme, neuf, étonnant, toujours autre, bref toujours changeant, et, dans sa quête du moins, indépassable ? Indépassable contradiction interne de la mode décideuse du beau, qui rend indécidable et incertain tout jugement sur la valeur du modèle offert par la mode.

■ ■

La mode offre un modèle hautement contradictoire de production du beau dans sa part actuelle ou moderne, ce qui en diminue certes le crédit pour la pensée logico-philosophique, mais certainement pas l'attrait

■

Cette contradiction de la mode étant tout à la fois spatiale et temporelle, géographique et historique, on peut d'ores et déjà relever qu'elle est universelle et qui plus est d'une belle universalité, non pas abstraite ou seulement pensée comme l'universalité philosophique, mais réelle, vivante, concrète. On peut ici penser au peuple juif, peuple éclaté et dispersé pour des raisons historiques multiples, mais qui a su au milieu de toutes ces turpitudes

de l'histoire garder et préserver son identité propre, spécifique, unique, bref son universalité. De la même façon, la mode forme une diaspora où l'unité l'emporte sur la différence, où l'adaptation ne signifie pas la perte de son âme. Quant aux contradictions internes de la mode, elles sont multiples : nous aurons ici l'embarras du choix.

■ La mode est tout à la fois nouvelle et déjà vue en d'autres temps, originale et imitatrice, novatrice et

■ Qui plus est, on ne pourra même pas décider si la mode décideuse du beau dans sa dimension moderne est elle-même laide ou belle. Mais si la mode peut se

payer le luxe d'être ou de paraître laide, c'est qu'elle est capable de renoncer et de défier, au moins à son début, ce qui était jusque-là reçu dans une société par le plus grand nombre, par le général, comme agréable : ne cherche-t-elle pas à travers sa recherche continuelle de la nouveauté à tout prix le spectaculaire et ce qui fera bouger les lignes plus qu'un agrément douillet, mais fade, répétitif et stéréotypé ? La haute couture, par exemple, à force d'être surprenante, déroutante, élégante, en devient parfois grotesque. Bref, on ne peut décidément pas décider si la mode est futile ou bien sérieuse, grave ou bien frivole, élégante ou bien grotesque. Plus, c'est dans sa futilité même qu'elle en devient sérieuse et c'est dans sa frivolité même qu'elle en devient grave. La mode est comme le clown triste : elle porte et honore sa contradiction interne non pas comme un manque, un inachèvement ou une insuffisance, mais au contraire comme un accomplissement et une marque de fabrique, une spécificité heureuse.

■ La mode est tout autant ce qu'il y a de plus futile et ce qui révèle le mieux, derrière ce masque de la futilité, la gravité et la fragilité de l'existence humaine. N'est-elle pas à la fois ce qui cache et ne peut se cacher ? C'est que derrière ou plutôt au cœur même de l'adoption d'un mode de vie, quel qu'il soit, fut-il frivole comme cela est souvent reproché à la mode, il y a toujours aussi un mode de pensée – ne serait-ce que par l'adoption d'une nécessaire stratégie d'existence –, donc une attitude de réflexion posée et de sérieux à l'égard de la vie. Et la force ne serait ainsi pas forcément là où on l'attendrait a priori, car le futile, le léger, le frivole s'avère, pris comme un tout, posséder une certaine force plus encore qu'une certaine faiblesse : il

constitue après tout une stratégie d'évitement en général payante et satisfaisante, disons bénéfique devant les malheurs et la gravité de toute façon indépassables et incontournables de la vie et de la mort. Ce n'est donc pas le masque qu'adopte la mode, mais ce serait justement son impossibilité de masquer ou dissimuler ce masque même, cette dissimulation, qui la rend fragile. Certes, la force que représente ce masque adopté ou porté par la mode n'est pas une force absolue, mais relative, toute relative même, tout comme l'autonomie de la mode par rapport aux temps qui l'ont précédée n'est pas absolue, mais relative, toute relative même. Mais on n'en peut pas moins parler d'une force et d'une autonomie et non pas seulement d'une faiblesse et d'une hétéronomie de la mode. On peut même dire que la faiblesse de la mode cache une force et inversement que la force de la mode cache une faiblesse, ou que l'autonomie de la mode cache une hétéronomie et inversement que l'hétéronomie de la mode cache une autonomie, sans pouvoir aller plus loin et être en mesure de dépasser ce constat de *statu quo*, bref sans pouvoir décider d'une issue au problème que nous pose la mode, que celle-ci s'avère favorable ou défavorable. Futilité et gravité de la mode, disons-nous plus haut : Antoni Tàpiès, peintre espagnol abstrait des années 50-70 émigré en France, fai-

sait remarquer à ce propos avec beaucoup de finesse dans *La pratique de l'art*, Folio essais, p. 78 : "Une tendance artistique, c'est le désir d'une autre forme d'être. Si ce désir est vital, tout en est pénétré. A travers tout il peut marquer idées et coutumes. Je ne crois pas que les changements de goût et de mode soient arbitraires, même, en leur origine, ceux de la mode vestimentaire ; ils répondent à ce nouveau désir d'être. Viennent ensuite les manifestations grégaires de frivolité qu'exploite le commerce" (www.allposters.fr). Tout est dit ici : la mode a pour point commun avec le style de constituer une tendance artistique et de pénétrer la vie même, offrant par conséquent déjà une forme de totalité. Or, si la mode n'était d'emblée que frivolité, elle ne parviendrait pas à former une telle totalité, fut-elle instable et éphémère. C'est bien que sa frivolité même dissimule et exhibe à la fois la gravité, la solennité et le sérieux de la vie. Il en va en définitive de la mode comme de l'humour, qui est apparemment léger et futile, mais dont on dit aussi subtilement qu'il est "la politesse du désespoir". Du

reste, ces deux phénomènes sociaux que sont la mode et l'humour possèdent un trait d'union : "la fantaisie" ; la preuve en est que le maître mot de la mode comme de la fantaisie est l'élégance ; et l'humour lui-même tient son éventuelle élégance ou raffinement de sa part de fantaisie. Or, la fantaisie, comme la mode, s'organise ou se réorganise spécifiquement et différemment à chaque période artistique : au cinéma par exemple, la fantaisie d'un Ernst Lubitsch, n'est ni celle d'un Federico Fellini, ni celle



Antoni Tàpiès
(1923-...) - Photo Jordi Carrió, novembre 2007

d'un Pedro Almodovar, car elles sont chacune inscrites dans une manière spécifique de jouer et de filmer, et même de rythmer le temps et l'espace, l'histoire et la géographie, tant artistiquement que socialement.

précaires des salariés anonymes, mais dynamiques, le plus souvent jeunes, qu'ils exploitent tant et plus et dont ils pillent les idées novatrices, pour ensuite les jeter tels des médiocres qu'ils ne sont pas à la rue, comme s'ils n'avaient jamais

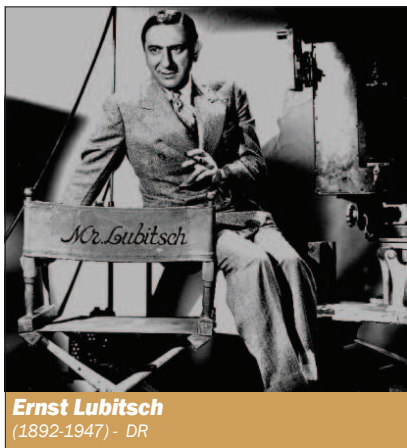
dans le bon sens de ce mot, c'est-à-dire de ce qui est donné au plus grand nombre.

Conclusion générale

La mode, au fond, est-elle originale ou ne serait-ce pas plutôt, comme le suggère Kant, celui qui se tiendrait hors de la mode qui devrait être considéré comme un original ? Est-elle recherchée ou seulement maniérée ? La mode fournit à tous ceux qui l'adoptent un modèle, un prêt-à-porter et à penser en un sens tout fait et rigide, mais elle possède en même temps la capacité poussée jusqu'à la virtuosité d'être suffisamment souple pour s'avérer adaptable à souhait et à l'infini aux goûts singuliers de chacun, si bien que la personne à la mode est tout à la fois suiviste et originale. Et même si on peut toujours soupçonner un comportement grégaire dans les phénomènes de mode, comme dans tout phénomène d'ampleur sociale et collective, il n'en demeure pas moins que chacun est seulement incité à suivre la mode, qui ne peut être que persuasive et non pas directement contraignante ; si bien que la mode, investissant notre être social dans ce qu'il a à la fois de suiviste et de libre, requiert les deux. En initiant le troisième moment de notre réflexion, nous avons annoncé de nombreuses contradictions, et tel est bien ce que nous avons finalement trouvé. Mais toutes ces complications et contradictions internes, qui poseraient des problèmes sans doute insolubles à un logicien ou à un philosophe, et ce d'autant plus qu'elles se sont révélées par notre étude – philosophique – insurmontables, n'en posent pas plus que cela à la mode, mais deviennent tout au contraire en elle, et en elle seulement semblable-t-il – et telle serait ainsi sa spé-

eu de rapport avec eux ; chacun sait encore que les grandes marques vestimentaires, à Londres, Paris ou Milan, ont l'art de piller

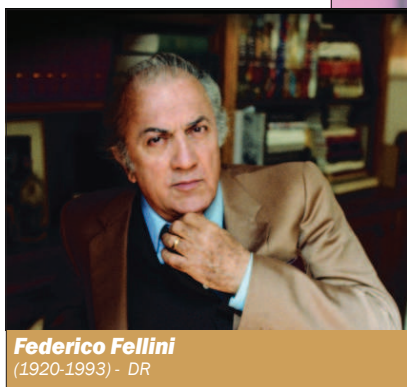
sans bien sûr jamais les citer les idées glanées dans les petits marchés anonymes et sans le sou de la création. Les documentaires et reportages télévisuels laissent année après année apparaître les dessous peu reluisants et en réalité pourris jusqu'à la moelle de la "grande mode" pourtant de l'extérieur si reluisante et si clinquante, si riche aussi. De même, dans son rapport au public, la mode est à la fois élitiste, c'est-à-dire socialement sélective, par exemple à travers le coût élevé de ses marques phares, et populaire, accessible à tous les milieux, par sa diffusion ultérieure auprès d'un large public, à travers les petites marques ou les sous-marques. La mode est ainsi tout autant ce qui assure une supériorité à ceux qui l'adoptent les premiers et ce qui devient ensuite accessible à tous, au point de devenir, dans tous les arts, qu'ils soient majeurs ou mineurs, certes dans un deuxième temps, ce qu'il y a de plus démocratique et de plus égalitaire



Ernst Lubitsch
(1892-1947) - DR



Pedro Almodovar
(1951...)- DR



Federico Fellini
(1920-1993) - DR

■ Or, il s'avère que la mode n'est pas seulement contradictoire dans le jeu qu'elle désoriente ou réoriente entre cause et effets internes, intrinsèquement donc, mais aussi entre causes et effets externes, c'est-à-dire sociaux : la mode est en effet tout à la fois une machine à inclure et à exclure les hommes, puisqu'il y aura toujours d'un côté ceux qui la suivent et de l'autre les autres. Plus grave, la mode est économiquement – ce qui est le nerf de la guerre – à la fois une création authentique de beauté et le pillage d'une beauté inventée par d'autres : chacun sait en effet que les créateurs de la mode vestimentaire emploient pour des salaires de misère et en contrats déterminés et

cificité, sa profonde originalité –, porteuses d'une richesse interne inépuisable. Tel est donc le renversement auquel nous sommes finalement parvenus : la kyrielle de contradictions dont se révèle porteuse la mode pourvoyeuse du beau dans sa part moderne n'est en définitive pas un handicap ou un appauvrissement irrémédiable, mais bien au contraire une force, un atout. La mode trouve dans ses contradictions mêmes non pas un motif de mort mais de vie, une force de renouvellement toujours recommencée et ravivée, revigorée. Nous voilà en tout cas renseignés sur le fait que la mode décideuse et pourvoyeuse du beau moderne, dans lequel l'histoire viendra faire ultérieurement son tri, ne peut ni être blâmée ni être encensée, ni être par conséquent sujette à un procès d'intention, ni être cautionnée sans réserve selon une vague et approximative pétition de principe. Si bien que finalement, ce qui ressort de tout cela, c'est qu'il nous faut rester extrêmement prudents sur ce que nous pouvons dire de la mode ; telle est bien une dernière contradiction que nous pouvons ici pointer : la mode, comme ceux qui l'adoptent, tout à la fois ne se juge point et ne peut pourtant que faire l'objet d'un jugement de valeur. Quoi que nous disions à son propos, nous serons toujours juge et partie, témoins Kant dévoilant et justifiant, par sa critique acerbe à son encontre, son austérité personnelle invétérée, mais aussi Baudelaire dévoilant et justifiant, par son éloge marqué à son égard, son dandysme personnel également invétéré. Pointons en tout cas qu'il y a des modes dans tous les domaines, des plus élevés ou ésotériques aux plus populaires ou exotériques – les générations ou régénérations successives de kantiens ou néokantiens obéiraient-elles elles-mêmes à autre chose qu'à des modes universitaires

en concurrence farouches avec d'autres : marxiste, bergsonienne, nietzschéenne, heideggérienne, etc. ? – et que la mode n'engage donc pas seulement le peuple en général, mais tout groupement humain, du moins raffiné jusqu'au plus cultivé, à partir du moment où il se constitue en communauté, en sa capacité de liberté comme en son côté irréductiblement grégaire. Si bien que pour notre part, nous concéderons, suivant en cela Baudelaire – le plus puissant penseur de la mode qu'il nous ait été donné de lire –, que la mode comme tendance d'emblée totalisante est capable de fonder le beau moderne, au sein duquel l'avenir seul saura reconnaître un style viable et devenu pérenne. En tout cas, les modes luttent avec acharnement entre elles pour devenir "la mode". Si bien que la mode nous offre un monde à la fois civilisé, comme le dirait Baudelaire, et en guerre perpétuelle, comme le suggère Kant. Mais sans doute cette lutte se transmet-elle aux conceptions du beau, qui se livrent comme nous l'avons vu en introduction à une lutte au couteau entre elles pour savoir laquelle triomphera pour la postérité. Pas plus que la mode, le beau n'est donc neutre et notre sujet nous aura entre autres choses permis de discerner à quel point sous la mer étale que semble former le monde apaisé du beau se cachent des monstres marins et des guerres continuelles, des luttes sans merci pour la reconnaissance. Mais voilà ainsi trouvé le point de jonction entre la mode et le beau, qui fait que la mode décide ou prétend décider du beau : c'est la lutte pour la reconnaissance, qui décidément nous fait comprendre que le beau, dans sa dimension sociale première, n'est jamais désintéressé et fait au contraire l'objet d'âpres combats pour arracher la victoire définitive sur l'autre qu'offrira le jugement de

l'histoire – ce qu'on appelle, cela n'est pas banal ou anodin pour notre sujet qui se demandait si la mode peut décider du beau : "arracher la décision" ; et dans cette lutte à mort pour arracher ou forcer, bref emporter la décision, tous les coups sont permis. Décidément, nous voilà déniés : le désintéressement que l'on croirait propre au jugement de beauté n'est en réalité que l'apaisement dans une pseudo-éternité de la lutte par le triomphe éternel du vainqueur, qui n'était pourtant ici comme ailleurs pas toujours le meilleur. Quand il n'y a plus de combat, quand l'histoire a décidé, sous l'impulsion de fortes contraintes et motivations individuelles et collectives, de ce qui resterait comme beau, alors la paix et le désintéressement deviennent l'horizon trompeur de la révélation du beau. Resterait à discerner qui en décide et selon quelles modes ? Mais cela ferait apparaître dans le présent même des intérêts cachés dans le regard prétendument apaisé que nous portons sur le passé. Décidément, l'analyse de la mode du beau se révèle tout sauf plate et sans intérêt. Gardons en tout cas bien précieusement à l'esprit que le beau, socialement repensé, tout comme la mode dont il procède, est "une main de fer dans un gant de velours" et n'est en conséquence jamais désintéressé. De cette manière, notre boucle se referme ici sur elle-même et notre conclusion renoue avec les découvertes de notre introduction, pour nous laisser clore et ouvrir à la fois la conclusion comme nous avons clos et ouvert l'introduction : "mais ce faisant, la question de savoir si la mode peut ou non décider du beau non pas seulement pour le présent mais aussi pour le futur est bel et bien devenue elle-même, selon une mise en abyme de la décision : insoluble, indécidable".

E. M.