

Les Cahiers de médiologie 10

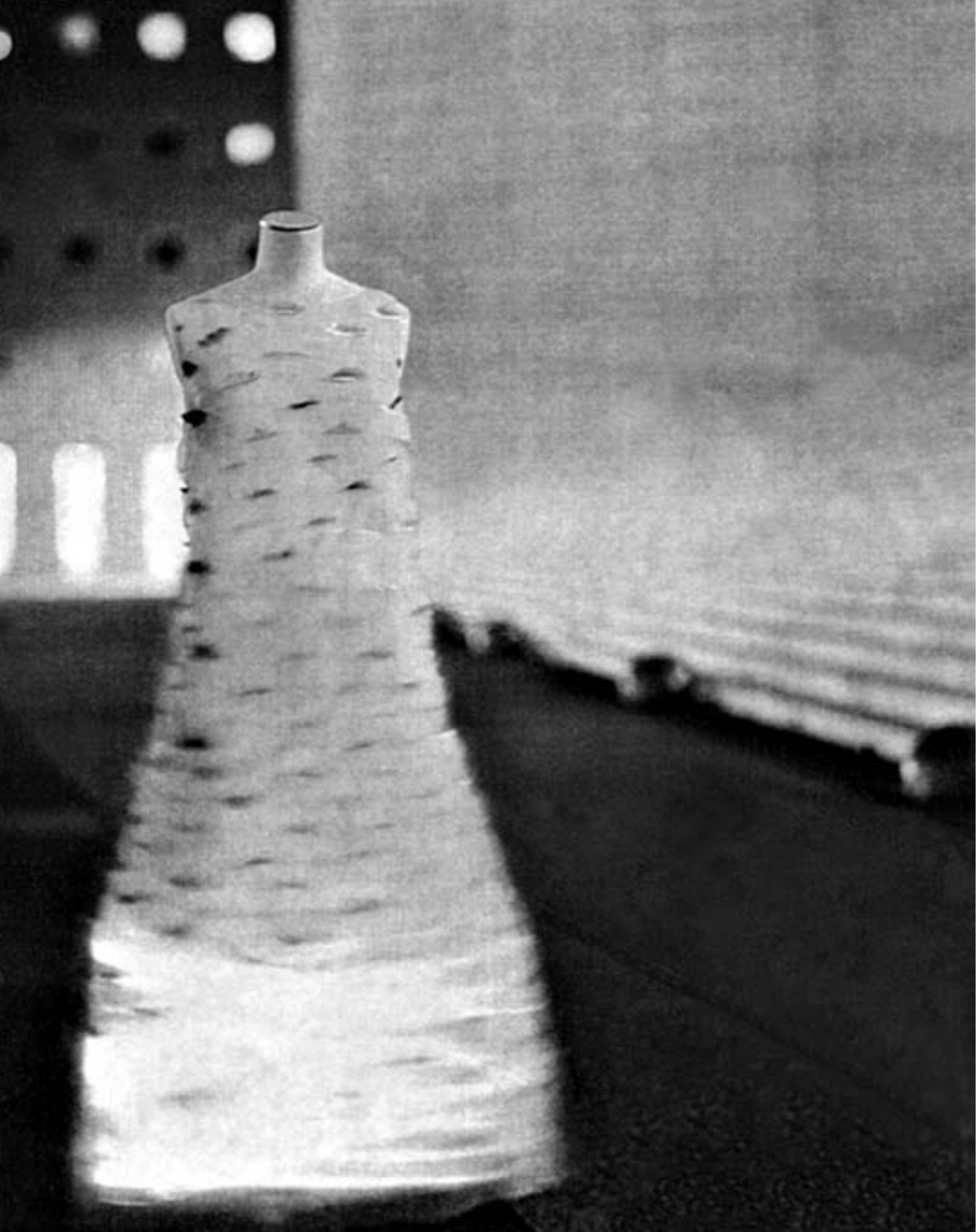
.....

Lux
des Lumières aux lumières



90 F
12,20 €

Gallimard - ensib



NADINE GELAS

Tendance lumière

« Cette année, la vedette, c'est la lumière » : ce titre d'un article récent d'un journal spécialisé résume bien une tendance forte de la mode actuelle qui décline la lumière de maintes façons. Avec des couleurs d'abord : doré, argenté, cuivré, mordoré... – l'or, la plus éblouissante et la plus symbolique sans doute, l'emportant souvent, au fil de rubriques intitulées *Le goût de l'or*, *Une touche d'or*, *L'âge d'or*, *La ruée vers l'or*, ou simplement *Gold* ou *Or*. Ces couleurs alternent avec le *sparkling* qui fait triompher tout ce qui brille – les paillettes, les perles, le strass comme le lurex, le lamé, le nacré, le moiré – et les rédactrices vantent à qui mieux mieux « une brillance tendance disco, bien plus pétillante sous les rayons du soleil » ou « les sequins, strass, perles, paillettes qui irisent les tenues printanières ».

Olivier
Lapidus,
*robe toupie en
organza
éclairée de
l'intérieur par
des fibres
optiques*, D.R.

Plus subtilement, la transparence de certains tissus en vogue, les mousselines, les organzas ou certaines variétés de micro-fibres, laisse passer la lumière pour en envelopper le corps. Il semble, à en croire le *Journal du Textile* de ce printemps 2000, que l'ensemble de la recherche soit orientée vers les effets lumineux : « scintillement, iridescence, reflet... toutes les expériences y passent depuis les classiques strass, cristaux et pierreries posées sur un tulle invisible jusqu'au vernis acidulé sur python ou crocodile, ou encore les broderies perlées mordant tous les recoins. Les satins de soie se tissent par bandelettes ou *patches*, formant des damiers d'effets d'optiques cinétiques [...]. Les changements soyeux (organza, shantung) pétillent, de même que les lamés argent ou or [...]. Parmi toutes les espèces de paillettes qui grignotent les tenues, on aime particulièrement les applications de points noirs ou de pastilles translucides simulant la pluie [...]. Un rêve aussi de lueur nacrée [...] qui s'allie aux chaînes métalliques, aux franges couleur de lune, aux miroirs, aux verroteries, etc. ». Pas un vêtement alors qui n'échappe à cette mode. Elle touche les robes, les tailleurs, les pantalons, les vestes, les débardeurs, les shorts, et va sans complexe du chapeau (il faut évidemment avoir son bob en agneau plongé doré!) à la lunette (décorée de strass), de la chaussure en toile métallisée au sac en plastique irisé. Elle triomphe dessus comme dessous, à la ville comme à la plage. Vive alors la lingerie aérienne, mousseuse ou si transparente qu'elle se confond avec la peau pour l'illuminer ! Vive encore « une nouvelle élégance balnéaire sous le signe de la brillance », avec des maillots de bain « rebrodés de perles ou de miroirs », ou des bikinis « en maille dorée » ! Cette vogue envahit aussi les produits de beauté et de maquillage. Quelle marque ne revendique pas des soins révélant l'éclat de la peau et magnifiant le teint par des réflecteurs de lumière ? Les rouges à lèvres, les vernis à ongle, les crèmes, les poudres sont scintillants ou pailletés. Jusqu'au parfum qui ne se contente plus de parfumer mais qui vous couvre de lumière ! La marque Dior joue amplement de cette thématique pour la publicité de son parfum *J'adore*, où tout baigne dans une clarté dorée comme pour mieux faire entendre le mot « or » dans « *J'adore* » ; et le dernier né de Rochas s'appelle symboliquement *Lumière*. En somme, comme le dit *Vogue*, « cette saison, tout ce qui brille doit être d'or, vêtement, accessoires, bijoux, cheveux, maquillage... *Quand on dit tout, c'est tout.* »

On verra là d'abord, par un effet de balancier dont on sait qu'il génère constamment, en micro-diachronie, les phénomènes de mode (après le court le long, après la taille qui monte la taille qui descend, après le structuré, le déstructuré, etc.), un pied de nez adressé au minimalisme dominant pen-

dant plusieurs années¹. À une sobriété quelque peu effacée, sans superflu et sans décor, qui avait pour devise « *less is more* », succède aujourd'hui un goût de l'éclat – tantôt sophistication, tantôt luxe, tantôt ostentation – décidé pour une part sans doute par des industriels soucieux d'appâter le consommateur par la nouveauté. Mais il se peut aussi que cette tendance soit en phase (si l'on veut bien croire à une connexion entre la mode et son contexte) avec une bonne santé économique et un optimisme retrouvés, de la même façon que le minimalisme reflétait les années de crise. C'est en tout cas ce que proclame bien haut un bureau de style faisant autorité : « La bonne humeur est de rigueur. Avec le retour de la croissance et la baisse du chômage, les signes de richesse réapparaissent sans complexe ». C'est aussi ce que prédit presque poétiquement un magazine dans un éditorial intitulé « *Renaissance* » : « Après l'état de crise, le réveil salutaire, le noir cède à la lumière... l'approche d'un Nouvel Âge » (celui, bien sûr, d'un nouveau millénaire...). Des phénomènes plus larges d'engouement viennent appuyer cette mode de la lumière, tels le retour aux années 70, années toc par excellence, le renouveau annoncé de la couleur et de l'imprimé, ou encore le succès de la musique techno et de ses rites vestimentaires qui « flashent » et qui « en jettent ». À y regarder de plus près cependant, tout cela paraît peut-être moins le signe d'un nouvel état d'esprit plus confiant, que celui d'une injonction thérapeutique envahissante. Finies les années de blues ! Il faut se soigner par la lumière ! On remarquera aussi que se tient constamment en parallèle au discours de mode un discours sur la luminothérapie : tantôt « le halo de lumière, diffusé par des objets de sculpture, chasse le blues de l'hiver », tantôt on prend son bain de lumière de 30 mn » (grâce à une lampe créée par Philips) et on retrouve toute sa vitalité. Les tissus, les cosmétiques, les bijoux offrent « un éclairage anti-déprime qui fait du bien au moral » et, comme l'écrit *Vogue* : « On trouve de la lumière pour se soigner, se maquiller, pour s'habiller. En 2000 on va rayonner de bien-être nuit et jour ».

Cette ruée vers la lumière marque aussi une contestation, déjà amorcée depuis de nombreuses années, des codifications trop rigides en matière d'habillement. Le code de l'élégance, fondé dans notre société bourgeoise sur la mise en réserve des apparences, la discrétion et le classicisme, est battu en brèche par le clinquant, le provocant, la revendication même du mauvais goût. Alors que le *chic* se devinait auparavant à un je ne sais quoi presque imperceptible, on affiche des vêtements qui en mettent plein la vue (au propre et au figuré) et qui ressemblent à des tenues de cirque ou de music-hall, pour le moins à des habits de scène. On préfère aux petites touches dont pouvait

1. Mais la mode est aussi fondée sur des cycles invisibles de longue durée (cf. Roland Barthes : *Système de la mode*, le Seuil, 1967).

s'accommoder une certaine retenue, l'excès sous forme d'un *total-look* explosif. « L'or roi, lit-on, rayonne en total-look », et le même magazine nous montre en effet des mannequins parés de doré de la tête aux pieds – habits, bijoux, chevelure. Le code de la mondanité, qui, au sens de Roland Barthes, affecte les vêtements à des rôles et des fonctions déterminés selon les circonstances, s'écroule tout autant lorsque les strass et les paillettes « voient enfin le jour », et quand des « habits de lumière » jusque-là réservés aux nuits et aux fêtes « font les trois huit ». La vogue grandissante du nomadisme et de l'hybridation, par laquelle sont touchés actuellement bon nombre de produits, de la voiture au téléphone portable, efface en matière vestimentaire les frontières entre exceptionnel et quotidien, entre nuit et jour, comme entre dessus et dessous, ville et sport, décontracté et habillé, faux et vrai, pour privilégier la dimension théâtrale et carnavalesque, ludique et festive de la mode. On est bien loin de la fonction de distinction sociale du vêtement décrite par Simmel, Veblen, Bourdieu, où jouent des règles strictes. Et on en est d'autant plus loin que cette fonction est mise en cause, de manière paradoxale mais par là même joyeusement transgressive, par des signes dont l'éclat renvoie habituellement à un statut supérieur.

La tendance lumière révèle enfin un changement sensible du rapport au corps. On sait en effet que, dans sa recherche de la beauté et en lien direct avec l'idée qu'elle s'en faisait, la mode a longtemps conçu le corps comme ce qui devait être soit caché, soit montré. Et tous les jeux de passage d'un état à l'autre – dont elle ne se privait pas – n'étaient précisément possibles que parce que ce paradigme et cette alternative étaient solidement établis et ancrés dans les représentations. Or, avec le triomphe du scintillement et des brillances, ni la dissimulation ni l'exhibition du corps (puisque la transparence même brouille la nudité) ne sont plus véritablement pertinentes : c'est plutôt de sa décoration qu'il s'agit, comme avec un maquillage ou un bijou. Aussi bien son univers se mêle-t-il à ceux de ces derniers : les vêtements deviennent des vêtements-cosmétiques ou des vêtements-bijoux et inversement. On parle sans cesse d'une lingerie « seconde peau », « poudrée », « chair », « transparente comme un maquillage pour sublimer le corps » ou d'une transparence qui ressemble à « un écrin ». On admire dans toutes les collections les tenues qui étincellent, telle une gigantesque rivière de diamants : « Depuis l'ère nouvelle, pas un créateur qui n'ait souscrit à ce renouveau. Tous ont créé leurs vêtements-bijoux. Versace, bien sûr, mais aussi Dior, Lacroix, Chanel, Chloé, Gucci... Cette mode du total-bijoux enchante [...] c'est intrinsèque à la femme de briller constamment ». Et l'*International Textile* consacrait

récemment un article à Swarovski où l'on pouvait lire : « *We're trying to break down the barriers between textiles and jewellery to show you exactly what you can do with our stones* ». Le vêtement joue alors à plein sa fonction de parure, pour la magnification et l'esthétisation du corps, et sa fonction de séduction² – parure et séduction que célébrait déjà Baudelaire dans son « Éloge du maquillage », lorsqu'il écrivait : « Une femme doit paraître magique et surnaturelle [...]. Elle doit se doré pour être adorée »³.

Une telle parure ne ressemble pourtant à aucune autre. En effet, si par certains aspects la lumière attire le regard et permet d'être vu(e), elle fait aussi voir, et éclaire ce qui sans elle resterait secret, obscur ou inconnu. Plus encore, elle mêle, par la polysémie du mot qui la désigne et les connotations qui s'y attachent, le matériel et l'immatériel, le physique et l'intellectuel. La beauté à laquelle elle concourt associe ainsi une beauté extérieure et esthétique, et une autre tout intérieure et spirituelle : illumination simultanée du corps et de l'esprit – et le *Journal DS* de juillet 2000 peut titrer : « Pour afficher sa richesse intérieure, on sort désormais maculé d'or pur ». Avec la mode de la lumière, grâce à laquelle on peut porter – au moins imaginairement – l'une des dernières robes créées par Olivier Lapidus, une robe toupie en organza éclairée de l'intérieur de fibres optiques, resurgit le rêve platonicien, récurrent et fascinant, d'une beauté totale.

2. Voir à ce sujet Farid Chenoune, « S'habiller et se déshabiller » dans *Méditation sur le quotidien*, Bibliothèque Municipale de Lyon, juillet 2000.

3. Charles Baudelaire : « L'éloge du maquillage » dans *Le Peintre de la vie moderne*, La Pléiade, p. 118+.