

Professeur des Universités, enseignant la littérature générale et comparée et la sociologie de la mode à l'Université de Perpignan-Via Domitia, Frédéric Monneyron est également professeur invité dans plusieurs universités américaines et européennes et expert auprès de la Commission européenne à Bruxelles. Ses recherches s'inscrivent dans le cadre d'une sociologie de l'imaginaire et se donnent pour objet d'étude la sexualité et les relations entre les sexes, le vêtement et la mode, d'un côté ; l'Europe, l'idée de nation et l'idée de race, d'un autre côté. Il est l'auteur d'une quinzaine d'essais traduits en plusieurs langues dont récemment *Séduire, L'imaginaire de la séduction de Don Giovanni à Mick Jagger* (PUF, 1997, rééd. 2000), *La Nation aujourd'hui. Formes et mythes* (L'Harmattan, 2000), *La Frivolité essentielle. Du vêtement et de la mode* (PUF, 2001), *Mythes et littérature* (PUF, 2002, avec Joël Thomas), *L'imaginaire racial* (L'Harmattan, 2004), *La Mode et ses enjeux* (Klincksieck, 2005), *L'Automobile. Un imaginaire contemporain* (Imago, 2006, avec Joël Thomas), *La Sociologie de la mode* (PUF, 2006) et *Sociologie de l'imaginaire* (Colin, 2006, avec P. Legros, J.-B. Renard et P. Tacussel).

*Olivier Assouly : L'intérêt de la sociologie pour la mode remonte-t-il à la naissance au cours du XIX<sup>e</sup> siècle de la sociologie ?*

Frédéric Monneyron : A vrai dire non. Car, quand la sociologie se constitue à proprement parler en discipline autonome à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, elle ne s'intéresse guère, dans un premier temps, à la mode, en tout cas à la mode vestimentaire. De fait, si Gabriel de Tarde que

l'on considère parfois comme un des pères de la discipline – jusqu'à une époque récente au demeurant très occulté –, parle de la mode et développe dans un de ses ouvrages les plus connus, *Les Lois de l'imitation* (1890), une sociologie de l'imitation-mode, ce sont les modes en général qui sont les objets de ses analyses, et il n'accorde pas à la mode vestimentaire une attention particulière. Si, dans *The Theory of the Leisure Class* à l'extrême fin du siècle, Thorstein Veblen consacre, lui, un intérêt plus exclusif au vêtement, c'est en marge, malgré tout, de la discipline qui naît alors, puisque l'ensemble de son ouvrage s'inscrit dans une perspective économiste. C'est, en fait, surtout Georg Simmel qui fait vraiment, à la même époque, entrer la mode dans les préoccupations de la sociologie avec son essai sur la mode de 1895. Mais l'œuvre de Simmel s'accordait assez peu avec les prétentions démonstratives que se disputaient les méthodes positivistes et le marxisme grossier des différentes sociologies et est restée longtemps assez confidentielle (elle ne fut d'ailleurs traduite que tardivement en français).

*O.A : De quelle manière s'organisait le discours sur la mode avant que les sciences sociales ne s'en saisissent ? Relevait-il uniquement de la digression littéraire ?*

F.M : Avant que la mode ne devienne un objet de la sociologie, et encore assez obliquement et tardivement on vient de le voir, ce sont les écrivains et les journalistes qui, durant tout le XIX<sup>e</sup> siècle, sont les principaux auteurs des discours qui cherchent à évaluer les caractéristiques essentielles de ce phénomène social qu'est la mode et à s'interroger sur son sens et sa fonction. Leur regard et leur témoignage sur la mode ne doit en aucun cas être sous-estimé. Les réflexions de Balzac, Barbey d'Aureville, Baudelaire ou encore de Brummell lui-même sur le dandysme se présentent comme une interprétation des fonctions sociales du vêtement. Et les mêmes auteurs, auxquels il faudrait ajouter Carlyle, Gautier, Wilde, sans même parler de la revue de Mallarmé, *La dernière mode*, à l'existence éphémère, proposent aussi une appréhension plus générale

de la mode qui a en spontanéité et en intuition ce qu'elle n'a pas encore en scientificité. Bien souvent, au demeurant, toutes les directions futures de la sociologie de la mode sont déjà présentes dans les meilleurs textes de ces écrivains. En outre, il faut remarquer que le projet de Carlyle est au départ une vraie philosophie, sinon une sociologie, du vêtement, même s'il est largement avorté et dévié dans l'ouvrage auquel il donne naissance : *Sartor Resartus*. Et il faut aussi rappeler que l'on considère parfois Balzac comme un sociologue, au moins un sociologue figuratif, avant la lettre, et cela à juste raison si l'on considère, particulièrement, son *Traité de la vie élégante*.

*O.A : Pour quelle raison la mode devient-elle un objet « scientifique » ? La reconnaissance académique de la mode affecte-t-elle également l'histoire, l'anthropologie, l'ethnologie et l'économie ?*

F.M : En fait, la mode a peiné et peine encore à devenir un objet « scientifique ». Sa reconnaissance académique, par conséquent, est tardive. Elle n'est pas d'ailleurs encore vraiment effectuée aujourd'hui. Si l'on considère les cursus universitaires dans les différents pays occidentaux, les parcours sur la mode sont carrément nuls et, en tout cas, quand ils existent, rejetés dans des formations spécialisées et professionnalisées. C'est tout juste si l'on peut trouver des cours sur l'histoire de la mode, mais cela presque exclusivement dans les universités britanniques et américaines qui offrent, traditionnellement, à l'intérieur des départements d'histoire de l'art ce genre de cours. Des traditions universitaires peuvent, assurément, être invoquées. Mais, la raison principale de la difficulté de la mode à s'imposer comme objet scientifique, c'est qu'elle est marquée du sceau de la frivolité. Les objets de la sociologie et de l'histoire sont des objets socialement plus lourds. Et, d'ailleurs, l'histoire et la sociologie ont eu tendance à se renvoyer un objet mode dont elles ne savaient, à l'évidence, pas trop que faire. Et, dans un sens, il en va de même pour l'économie, quand bien même les industries de la mode généreraient de très nombreux emplois

et des capitaux très importants. Quant à l'anthropologie et à l'ethnologie, elles se sont intéressées depuis longtemps aux fonctions et aux significations des parures des sociétés primitives, mais la mode est un phénomène très différent, propre aux sociétés contemporaines d'Occident...

*O.A : Quels sont historiquement les grands courants de sociologie de la mode ?*

F.M : On peut considérer que Tarde, Veblen et Simmel sont les fondateurs ou, en tout cas, les précurseurs d'une sociologie de la mode. D'une manière différente toutefois puisque la réflexion de Tarde concerne les modes en général et que celle de Veblen est, avant tout, économique. Au vrai, c'est surtout Simmel qui fonde à proprement parler une sociologie de la mode avec ses concepts d'imitation et de distinction qui s'imposent durant la première moitié du XX<sup>e</sup> siècle et sont ventilés différemment chez Kroeber, Spencer ou Tönnies. Ensuite, on pourrait distinguer trois courants majeurs : un premier courant qui, avec les travaux de König et de Bell par exemple auxquels il faudrait peut-être ajouter la perspective psychosociale de Descamps, met en place une vraie sociologie de la mode dans la lignée de Simmel ou de Veblen ; un second courant qui place la mode dans le cadre plus large d'une sociologie de la culture, dont Bourdieu, mais aussi Yonnet, sont les meilleurs représentants ; un troisième courant, quelque peu en marge de la sociologie proprement dite, constitué par la perspective sémiologique de Barthes et les perspectives féministes actuelles. Il faudrait enfin ajouter un dernier courant, celui que je représente, qui, en cherchant à faire apparaître la mode comme une pensée symbolique du social, développe une sociologie des images de mode et une anthropologie de l'imaginaire de la mode.

*O.A : Comment se répartissent-ils historiquement et actuellement entre la France et l'étranger ?*

F.M : La sociologie de la mode implique essentiellement, pour ne pas dire exclusivement,

quatre pays : la France, l'Allemagne, la Grande-Bretagne et les Etats-Unis. On pourrait dire que c'est l'Allemagne qui a surtout développé une réelle sociologie de la mode, avec Simmel tout d'abord, puis avec König plus tard, en tout cas dans une perspective systématique. En France, la réflexion sur le phénomène de la mode vestimentaire s'est fait à l'intérieur d'un ensemble plus vaste, celui de la sociologie de la culture où sont convoqués tout autant que le vêtement, l'alimentation, le sport etc. ou d'une manière oblique, comme dans la somme sémiologique de Barthes, aujourd'hui assez indigeste. J'ai essayé, pour ma part, tout en me plaçant dans le cadre large d'une sociologie de l'imaginaire de me recentrer aussi sur la mode seule. Aux Etats-Unis, outre Veblen, c'est une reconsidération féministe qui, récemment, a ouvert les analyses les plus neuves. La contribution britannique est à la fois importante et plus spontanée. Bell n'est pas vraiment un sociologue, plutôt un écrivain, Laver un historien, et plus récemment les livres de Ted Polhemus s'inscrivent eux aussi en dehors d'une perspective proprement académique.

*O.A. : La sociologie ne bute-elle pas sur les réserves morales du sociologue traitant d'un sujet comme la mode réputé frivole ou accessoire ?*

F.M. : Oui, c'est certainement le principal problème. Au demeurant il ne s'agit pas seulement de réserves morales, mais de sa dépendance par rapport à toute une tradition philosophique. Ou, si l'on veut, des réserves morales déterminées par toute une tradition de pensée, une tradition de pensée qui, en Occident, a cherché l'essence sous le paraître et a décrété que « l'habit de fait pas le moine », et qui a refusé que les apparences puissent être profondes. Un renversement est donc nécessaire. Développer une sociologie de la mode implique en effet de poser tout d'abord le vêtement non plus comme élément second, accessoire, mais comme un élément premier, fondateur, déterminant les comportements individuels comme les structures sociales. C'est cette démarche qui est à la base de mon propre ouvrage, *La Frivolité essentielle* qui, dès lors, plutôt que de chercher à saisir direc-

tement les relations qu'entretient l'homme contemporain avec le vêtement, considère que c'est surtout indirectement, par l'intermédiaire de l'imaginaire et non directement par la réalité vécue, que sont déterminées nos relations au vêtement.

*O.A. : Qu'est-ce qui intéresse le sociologue dans la mode ? Est-ce la mode en tant que telle qui retient l'attention ou les mécanismes sociaux (distinction, représentation, imitation) qui s'y trament ?*

F.M. : Les deux. En tout cas, si je dois parler en mon nom propre. La mode est une création artistique, au même titre que les autres créations, et elle mérite d'être étudiée en tant que telle. Marguerite Duras voulait voir Yves Saint Laurent comme un écrivain, et sa position était tout à fait légitime. Dans la mesure où le renversement évoqué précédemment a été effectué, cette étude est même décisive. Mais, les mécanismes sociaux qui s'y trament sont aussi, bien entendu, l'objet de l'observation d'un sociologue de la mode. Et, j'ajouterai volontiers, plus important encore, ce qui réunit les deux, la possibilité d'accéder à travers la mode, pour peu qu'on ait effectué le renversement philosophique nécessaire pour placer la mode au centre de l'interrogation sociologique et qu'on se soit donné les moyens méthodologiques adéquats pour étudier ses images, à des couches profondes du social. La mode me semble être un des objets privilégiés de cette sociologie des profondeurs qu'est la sociologie de l'imaginaire. Elle n'est pas loin non plus, par conséquent, des territoires de la psychanalyse.

*O.A. : Quels sont les liens entre le regard sociologique et l'usage des savoirs par les acteurs économiques pour comprendre, anticiper et influencer les comportements de leurs clients ?*

F.M. : Les liens pourraient et devraient être très forts. La démarche des carnets de tendance, par exemple est très proche de la démarche sociologique, en tout cas de la mienne propre. Mais les relations sont encore très informelles

et demanderaient à être développées pour déboucher sur une vraie synergie. Il y a quelque différence cependant, dans les objectifs principalement. Les acteurs économiques veulent comprendre les mécanismes de la mode pour vendre mieux. Ils ont tout à gagner dans une meilleure lisibilité du phénomène de la mode. La démarche du sociologue peut permettre d'améliorer la connaissance d'un marché et de tirer des enseignements en matière de marketing, comme celui, par exemple, qui permet de comprendre le succès d'un couturier par la conformité de son imaginaire personnel à l'imaginaire général d'une époque. Mais elle va plus loin : elle permet de décrire l'état souterrain d'une société à travers le vêtement et la mode et, à cet égard, son importance excède un secteur d'activité économique en particulier et est tout autant philosophique, politique et sociale.