

## TOKYO-PARIS-TOKYO, 1980, et maintenant ?

France Grand

Art Historian

On a beaucoup filmé, photographié, aimé, détesté, commenté la mode japonaise quand elle a débarqué de Tokyo à Paris, au début des Années 80 :

C'était l'arrivée d'une nouvelle planète, sur un terrain endurci de préjugés, encombré de récits, d'images et d'habitudes. C'était faire face, là où le public, comme pour la trapéziste, attend que le virtuose se casse la gueule. C'était ce qu'on a appelé un phénomène : vu d'ici qu'en reste-t-il aujourd'hui ?

Le filtre du temps a retenu le talent et évacué les lieux communs, mais il faut s'amuser à relire les commentaires des journaux bien pensants indignés par tant d'audace : venir présenter des collections à Paris, sur le sacro saint turf de la couture et de l'élégance ? Oublier les tenues du matin, tailleurs d'après-midi, robes de cocktail, et comme un groupe rock, attaquer sans prélude ni prévenance un ordre du jour de convenances périmées.

Les commères qui racontaient encore la mode en termes de diktat et d'ornement (qu'on se rappelle le merveilleux discours de Dior à la Sorbonne, le 5 Août 1957)<sup>i</sup> se trouvèrent fort dépourvues quand cette bise fut venue :

Après l'indignation - le fil de fer dans le cul de la poupée, disait Flaubert - une explication pathologique parut excuser l'intrus : il s'agissait de mode post-nucléaire, de reliquat de la bombe atomique. Les japonais si dociles, si doués pour l'imitation, renonçant au kimono, apparaissaient désormais dans de coûteux trous et scandaleuses pliures.

Le mot « dandy » revenait trop souvent, confondant chic et élégance<sup>ii</sup>, obligation d'incertitude<sup>iii</sup> et excentricité<sup>iv</sup>.

Ce manque de flair, c'était ignorer la tradition textile vivace du Japon, ignorer que définitivement sorti des décombres de la guerre<sup>v</sup>, souvent fasciné et incertain dans son imitation de l'Occident, ce grand marché produisait maintenant ses propres créateurs. Non contents d'annoncer une rupture radicale avec la génération de leurs parents, pour mieux revenir prophètes en leur pays, ceux-ci décidaient d'aller se confronter en concurrents à l'Occident vexé et incrédule, et bientôt inquiet :

On voulait bien laisser au Japon l'invention du walkman (accessoire de mode déclaré sous les couleurs de la technologie), ou la miniaturisation des appareils photo. Mais on lui refusait une

démarche originale, malgré son cinéma « culte », qui, à certains égards, anticipait la Nouvelle Vague, ou sa littérature moderne<sup>vi</sup>.

Qui dit démarche, dit point de départ ou initiative, et aussi, démarche, position des pieds, du corps tout entier, silhouette en mouvement, la mode même. A Paris, alors qu'on ne savait plus marcher avec des talons plats, la mode apprenait, par Yohji, que la nuque et les pieds (en dedans ! en socquettes !) étaient les pôles de l'érotisme. Que faire des ornements (bijoux ou accessoires), des talons hauts, épaulettes et tailles de guêpe ? Attention : il ne s'agissait nullement de privilégier Yves Saint-Laurent, ou Jean Paul Gaultier, ni de renier leur talent et leur esprit français : mais, nos habitudes, devenues seconde nature, notre corps, notre « regard était remis au travail » (Barthes<sup>vii</sup>) par cette secousse radicale.

Un langage commun, silencieux, existait néanmoins : la photographie : la photographie, de mode ou non, tenait lieu de souvenirs partagés, de carnet d'esquisses, de rêverie, mais aussi de texture et de gamme de couleur.

Yohji regardait les photos d'August Sander, et on vit de « vrais gens », inconnus, artistes, musiciens, etc... apparaître dans les défilés japonais. (Devenu type, le dandy reste néanmoins un individu ?) Toute interprétation, orientaliste, ou psychologique, ou sociologique, fut-elle due au génie de Ozu, ou de Faulkner<sup>viii</sup>, était rendue obsolète. A mes yeux grands ouverts, c'était un de ces « instants décisifs » chers à Cartier-Bresson.

De plus, la presse butait sur le refus obstiné de Rei Kawakubo de s'expliquer en paroles : On disait « ça doit être très Zen? ». En réponse, apparut un objet sans texte : produit par CDG ou Yohji Yamamoto, le catalogue. Il signale la fin du « Système de la Mode » de Barthes, vêtement-photo-langage : ici, plus de description redondante, ou de traduction : l'image excède le langage. Aucun magazine de mode ne se remettra de cette relégation dans le champ des Arts Ménagers ou de la publicité.

Issey Miyake vu par Irving Penn ne signalait pas un caprice de la mode, « caprice dirait-on ? Il suffit d'essayer d'imposer une mode à contre-courant pour se convaincre du contraire », (Christian Dior, encore une fois), mais une page historique : fini, la photo de Vogue parodiant le portrait mondain : Irving Penn invente une manière nouvelle pour ces abstraites pliures, qui, habitées, ne soulignent rien, et transforment tout ce qu'elles enveloppent. Là-dedans, les énormes cantatrices qui traditionnellement, ressemblaient à des forteresses habillées, s'animent enfin (Jessye Norman).

On ne voit et n'entend plus que le talent, on oublie les imperfections anecdotiques, et surtout les conventions paresseuses et périmées.

Cette mode refuse toute hiérarchie sociale (représentée dans la couture), on y adhère ou pas : par empathie, comme pour la musique : le catalogue révèle de jeunes photographes, Nick Knight notamment, qui imposent un standard venu du monde de la musique et des couvertures de disques. Dans le film de Wenders, on voit Yohji Yamamoto partagé entre passion pour la musique (Bob Dylan notamment) et fidélité au savoir-faire collectif de l'atelier, désir de plaire aux femmes, et espoir de voir disparaître l'homme guindé, fut-il James Bond ou le Ken de Barbie. S'attaquant au conformisme des hommes, comme au suivisme des femmes, mieux qu'à des « clientes », il entend s'adresser à une génération nouvelle, et refuse des habitudes importées, devenues tics mécaniques : L'«objet le plus mystérieux pour moi, c'est la cravate, je ne sais pas ce que c'est, ni quoi en faire ? ». A ce geste de Yohji, qui faisait fi de nos jabots, gilets et cuirasses au poitrail gonflé, de nos héros romantiques au col relevé, et de nos playboys avantageux, répondait en miroir notre stupéfaction d'occidentaux dans les pachinko halls, où des rangées de PDG et d'employés vêtus d'identiques costumes bleu marine, chemise blanche et cravate grise, se reflétaient dans les miroirs d'absurdes machines à ne rien gagner. Personne n'a mieux raconté ces confrontations de la ville que Ozu, dans « The Flavor of Green Tea over Rice », par exemple, puis Wim Wenders dans Tokyo-Ga. Ou de même, alors que Yohji déclarait « Je travaille pour des gens qui n'existent pas », c'était voir le plaisir immédiat de Wim, lorsque Yohji lui tendait une veste, une chemise qui sans « faire producteur », ou « artiste », tombait naturellement sur ses (vraies) épaules et n'attendait que lui et sa génération, jusqu'alors tâtonnant dubitatifs entre diverses figures machistes : « my tailor is rich » and british, séducteur italien, désinvolture de cow boy, banane de rocker, et sarcasme punk.

On sous-estimait encore l'influence de ces faits vestimentaires, venus de groupes ou mouvements de jeunes, souvent liés à la musique, et pas si marginaux: leur influence évidente sur la mode avait la particularité - devenue dominante - de se propager en inversant la direction traditionnelle au travers de la hiérarchie sociale ou économique. J'ai vu les « Takenoko-zoku [jeunes pousses de bambou] » maigrichons à superbanane laquée, mi-Presley, mi-Kabuki anguleux, mimant la transe rock dans le parc de Yoyogi. Un karaoké vestimentaire ? J'ai aussi le vif souvenir d'expéditions quasiment ethnographiques, avec Yohji, aux Puces ou dans les boîtes de surplus pour en rapporter des manteaux de chasseur alpin ou de sentinelle soviétique en drap noir ou bleu nuit : il se souvenait avec gêne d'un clochard attaqué par un chien, devant Le Flore : le chien mordait son anorak rouge, du duvet volait, des gens riaient : un cauchemar urbain. « S'il avait eu a good coat, ce

ne serait pas arrivé » : le vêtement, homme ou femme, doit flatter, certes, et surtout prenant votre forme, assurer une enveloppe, une aura privée, une dignité, c'était le mot de Yohji.

Pour donner une idée de l'intensité, et de l'attraction de la mode à ce moment-là, les jeunes femmes qui travaillaient jour et nuit dans l'atelier de Yohji à Tokyo, nous dirent un soir, surprises d'être l'objet d'attention, qu'elles attendaient la nouvelle collection comme l'arrivée d'un nouveau-né.

La couleur noire, présente depuis longtemps<sup>ix</sup>, devient synonyme de Japon, dans les Années 80, et même de mode tout court, et l'est encore : des collections de prêt-à-porter émergent des cohortes vêtues de noir : pourtant, le noir<sup>x</sup> n'est pas si docile que ça: le noir, comme le noir de la photo, opaque ou lavé, sépia, grainé, brillant, mat, lavé, saturé, charbon, fourmi, verni, ne répond pas toujours (à matières grossières, réponses grossières) mais alors pourquoi une telle épidémie de noir? Pourquoi, et l'art contemporain, après l'éclipse totale des objets, s'est posé la question lui aussi - pourquoi ce succès si encombrant du monochrome?<sup>xi</sup>

En matière de mode, on aimerait penser que définitivement, « la ligne s'est substituée à l'ornement » (Ch. Dior, encore). Ou bien, est-ce le savoir faire de la couleur, qui, comme la gravure, meurt avec les graveurs, achevés par les ordinateurs ? Il y a de ça, et plus encore : bousculant les hiérarchies techniques cette fois-ci - soie, laine, lin, coton - arrive du Japon, vers 1980, une véritable révolution des sensations et du toucher: un art du textile synthétique, traité avec le même respect, la même recherche que les matières dites nobles : le nylon sort de l'âge ingrat et strictement utilitaire, militaire ou underwear.

Avec le temps des voyages incessants, les sacs de nylon toujours noir, les vêtements qui se plient et se déplient intacts démodent vite fait malles et valises de stars au Festival de Cannes, façon Liz Taylor, et ses maris-figurants<sup>xii</sup>. Voilà le mot est dit : une vraie mode ne « détrône » pas (langage de mode désuet et vulgaire, très peu féministe, très Miss World) : au-delà du vêtement, et sans nécessairement rechercher le scandale, elle démode des gestes et des habitudes tenues pour aller de soi: petit à petit, depuis les Années 80, les interprètes de musique classique, apparaissent en noir sur noir, tenue sans cravate, impensable auparavant. Pas un concert sans une robe Miyake quelque part dans l'orchestre, voyageuse légère et vite déballée, enfilée, repliée, ni trop habillée, ni indifférente.

« Les formes extrêmes de l'art contemporain rejoignent les formes extrêmes de l'art traditionnel » dit Jack Lang<sup>xiii</sup>, à propos de la danse contemporaine, et précisément de Kazuo Ono, venu en 1981 interpréter son *Hommage à la Argentina*. Jack Lang, Ministre de la Culture entre 81 et 86, a tout fait pour « décloisonner » les arts, reconnaissant à la mode et à ses métiers, au tag, rap, graffiti,

(avec le succès qu'on voit éclater aujourd'hui) leur part artistique, et leur contribution à la culture moderne.

Un objet des plus saisissants, mais qui n'a pas encore trouvé son entrée dans le quotidien, c'est la robe APOC<sup>xiv</sup> de Issey Miyake : évidente comme le A de l'alphabet, débitée en rouleau comme une serviette de papier, drôle comme un découpage d'enfant, sympathique comme une carte postale, pratique comme un T-shirt, one-size only : on attend cet objet, jalon de l'histoire de la mode, et du féminisme bien compris, à côté des collants noirs imposés par YSL, des T-shirts blancs venus des US, dans tous les aéroports du monde, au prix de 2 pizzas, 3 sushis, ou une poignée de dollars. APOC serait une devise féminine de base, une néo-petite robe noire, très différente du jean : on changerait de peau, de couleur, on couperait manches ou ourlet, très court, ou long, suivant le climat, l'humeur, le charme des jambes ou celui du rendez-vous. Et puis, on jetterait ça sans arrière pensée, bagages, souvenirs et placards iraient en s'allégeant.

Customiser ? C'est le mot clé des Années 2000, et la réponse est souvent indigente, ou colifichet: alors qu'est ce qu'attendent les successeurs d'Issey ? Cette trouvaille magnifique, aboutissement de son œuvre et témoin d'une longue familiarité avec l'outil industriel, renvoie aujourd'hui la machine à tout plisser et ses infinies illustrations, à une fonction ironique : je plisse donc je suis, suis-je une planche à billets, un logo qui ne dit pas son nom ? C'est tout cela à la fois, du Warhol pur. Et quid des recherches et intuitions d'Issey Miyake autour des feuilles « de survie » or et argent : on les a vues enrober comme un bonbon le marié le plus couture chez Chanel, surgir sous cape chez Josephus Thimister, et distribuées aux SDF dans le froid de Janvier, le même jour à Paris. Entre comédie assumée de la mode et tragédie de la rue, on pressent déjà un emploi courant de ce matériau.

On regarde les cerfs volants énigmatiques que sont les patrons en 3D de Comme des Garçons<sup>xv</sup> (cf « Luxury in fashion Revisited), un peu comme les signes et caractères d'une langue inconnue, (W. Faulkner : « *not even just cryptic but acrostic too,... not mere communication, but something urgent and important beyond just information* »<sup>xvi</sup>) ou bien, comme on voit une « première de flou », qui touche un tissu, sent son poids, son contact, sa fluidité, sa réponse, les yeux fermés.

Elle sait qu'un modèle n'est pas un simple moule, il peut inviter à innover<sup>xvii</sup>.

La maîtrise absolue des techniques anciennes (danse, couture, textile peu importe), précède citation, appropriation et dénonciation simultanée (flamenco à volants poussiéreux, minauderies édentées), tout ce qu'annonçait la dévastatrice Argentina de Kazuo Ono, et qui se retrouve dans la part artiste de la mode :

«J'ai toujours placé au dessus de tout le respect de ce métier, qui n'est pas tout à fait un art, mais qui a besoin d'un artiste pour exister. » (Yves Saint-Laurent, lettre, lors de ses adieux à la mode, le 7 Janvier 2002)<sup>xviii</sup>.

Amour du métier, valeur travail=valeur amour, mode française/mode japonaise, même combat : excitation et épreuve du défilé, sanction du marché : « You need good competitors », dit Yohji. Il ne suffit pas d'être bon nageur, il faut de l'eau pour brasser<sup>xix</sup>, il faut Paris, NY, Tokyo, Milan, Londres. NEXT juxtapose photographies de mode, de textures, oiseau fou du bleu, et portraits anonymes, invite Alaïa ou Gaultier : double langage artistique, va et vient de l'œil et de la main, goûts partagés, reconnaissance des pairs, affirmation du métier et enfin, on revient toujours à Flaubert, au « secret enfermé tendrement dans le corps de l'auteur, et durement dans ses figures <sup>xx</sup> » singulières et reconnaissables entre toutes.

Mais Rei Kawakubo montre peu son propre visage. Elle désigne son travail, Comme des Garçons, et elle collabore avec Merce Cunningham. Suivant le mot de Degas, elle se veut « illustre et inconnue ». Chaque collection remet tout en question : « Quand on gagne une médaille, on la jette tout de suite » comme les champions.<sup>xxi</sup>

Depuis les Années 80, ce paysage a changé, mode, musique, même tableau : on dirait un champ d'OGM : «Be stupid » : cette campagne de DIESEL fait-elle allusion à « the economy, stupid » ? dérision calculée, jean et jeunisme à réinventer sans cesse ? refrain cool de fumeur de shit ? Argot d'un passif super bonheur moderne ? « C'est ainsi que se constitue un public amateur de symptômes plus que de messages, de plus en plus sophistiqué et de moins en moins exigeant »<sup>xxii</sup>.

De même qu'en musique, à l'auteur et son interprète ont succédé les DJ, (comme au cinéma, la télé ou les clips), et à la couture le prêt à porter, aujourd'hui on est dans le « vite habillé » : Il importe plus de faire savoir que de faire : ZARA ou H&M sont les DJ de la mode, leurs incessants déversements de citations, invitations de « people », vendeurs-acteurs, acteurs-clients et clients-acteurs, juxtapositions éphémères, fragments transitoires, dévorent les classiques couture, le folklore ou les clips avec le même appétit de robot bien renseigné, pressé et indifférent à la mystique du goût et du beau. Ce n'est ni bien ni mal, ça se vend, c'est la mode.

En 80, c'était le Sentier, une réponse au jour le jour à la distribution balbutiante. Aujourd'hui, ce surf incessant s'amplifie : on parle globalisation, mondialisation avec perplexité : On évoque comme un temps légendaire, les Années 60, 70, 80 : il n'y a là rien d'un paradis perdu, comme on l'entend quelquefois : En 1968, dire « avant guerre », en France comme au Japon, c'était citer une fracture historique partagée, mais que s'est-il passé depuis 80 ?? Encore Warhol, dandy extra-

lucide : « ma vision de l'Amérique est très positive. La meilleure, c'est la télévision : j'ai pris plein de photos de l'écran, directement. Personne n'a remarqué la différence » : Nous y sommes : Le DJ, liant intimement musique/mode, est le personnage central d'un monde où l'i-Phone est un kit de survie, la performance éphémère, et la « réalité » un écran glissant. Le seul concurrent sérieux du DJ est le sportif de haut niveau.

Alors pour ceux et celles qui, en 80, se sont reconnus tout de suite dans les vêtements déconcertants venus de Tokyo, y découvrant une assurance contemporaine (comme dans art contemporain, alors que Chanel était moderne, comme dans peinture moderne), que reste-t-il aujourd'hui de l'« effet Japon » dans les rues de Paris ? Le Japon y est reconnu comme un authentique acteur de mode : l'ouverture d'Uniqlo, (appuyée par une énorme publicité de type électoral) a suscité une tempête dans un verre d'eau, impensable sans les éclaireurs des Années 80. A l'inverse de ce blitz momentané, et d'une présence plus subtile, après des années de groupes japonais interchangeables à nos yeux d'occidentaux, une génération entière de visiteurs saisis par une paradoxale épidémie d'excentricité, nous étonne : avec quel degré d'« humour » ou de confiance en soi ? y a-t-il une compétition vestimentaire permanente ? Puisque ces mystères nous échappent, feignons d'en être les organisateurs<sup>xxiii</sup>, sur l'air de « Paris sera toujours Paris ».

Simultanément, après plus de vingt ans, on jouit, comme une société secrète, de porter les mêmes manteaux, d'un noir (ou d'un rouge<sup>xxiv</sup>) si particulier, si profond, si mat, si luxueux et mieux qu'élégants, chics et mystérieux. A l'autre bout du spectre du shopping, c'est le désastre : vitrines qui pullulent de choses mal ficelées, avec plein de fils, des ourlets qui se veulent asymétriques et pendent faux, des trous sans esprit, des tissus ternes d'un mauvais noir : ces endroits sont à la mode ce que les boutiques des sectes apocalyptiques sont au plaisir de vivre. Une mode pseudo « bio », ni flatteuse, ni « zen » du tout.

Là où il y a eu beauté, il n'y a pas du jour au lendemain, rien du tout :

Une fois de plus, c'est Rei Kawakubo qui devance ses contemporains, japonais ou non : offrant à de nouveaux venus, sans revendiquer d'héritier, l'aura de CDG, son outil de travail, et l'espace de ses boutiques, elle esquivait toute autocitation répétitive, et regardait l'avenir avec curiosité, sans peur. L'athlète, ou l'artiste authentique n'a pas peur de perdre, car il n'a pas peur de gagner.

Les Années 80 ont vu une mode extrême, comme on dit sport extrême.

Si on regarde le film de Wenders aujourd'hui, pas une image n'a vieilli, l'essentiel est là : métier, jeu, photo, plaisir, mystère « des images minoritaires qui modifient les images dominantes du monde ».

## NOTES

---

<sup>i</sup> Discours de Christian Dior à la Sorbonne, le 5 Août 1955.

<sup>ii</sup> Cf. Proust, M. *Oeuvres complètes, Le Côté de Guermantes*, coll. La Pléiade, T.1, p II6 : « Et à cause de cela, dans sa jolie figure, dans sa façon dégingandée de marcher, de saluer, dans le perpétuel lancé de son monocle, dans la *fantaisie* de ses képis trop hauts, de ses pantalons d'un drap trop fin et trop rose, ils avaient introduit l'idée d'un *chic* dont ils assuraient qu'étaient dépourvus les officiers les plus *élégants* du régiment, même le *majestueux* capitaine... lequel semblait par comparaison *trop solennel et presque commun*. »

<sup>iii</sup> Coblenz F., *Le dandysme, obligation d'incertitude*, Paris, PUF, recherches politiques, 1988.

<sup>iv</sup> « It is my folly that is the making of me », Brummel, évidemment, et il l'a chèrement payé, comme Oscar Wilde.

<sup>v</sup> Faulkner, W., *To the Youth of Japan*, in *Essays, Speeches, & Public Letters*, The Modern Library Classics, NY 1965, 2004 (from *Faulkner at Nagano*, ed. Robert Jettliffe, Tokyo, 1956)

<sup>vi</sup> Dans les Années 80, *L'Eloge de l'Ombre* de Tanizaki est devenue un texte fétiche des designers et créateurs de mode occidentaux.

<sup>vii</sup> Barthes, R. *Système de la Mode*.

<sup>viii</sup> Faulkner, W. op.cité, *Impressions of Japan*, cf. Annexes.

<sup>ix</sup> Cf. catalogue « hommage à Christian Dior » 1947-1957, Musée des Arts de la Mode, Paris, 1987. Voir « coloris » des fiches de collection.

<sup>x</sup> Cf. Barthes, R. « L'Empire des Signes », Skira, 1970, et textes sur la photographie.

<sup>xi</sup> Riout, D. *La peinture monochrome*, Ed. Jacqueline Chambon, Paris, 1996.

<sup>xii</sup> Depuis, « l'effet Japon », quels sont les rapports aujourd'hui entre mode et cérémonie, ou Couture Cannes et Oscars ?

<sup>xiii</sup> Le Monde, 1<sup>er</sup> février 2010.

<sup>xiv</sup> Catalogue, "Issey Miyake Making Things" Fond Cartier, Actes Sud, 1998.

"un chemisier naît exactement comme des toasts sortent d'un grille-pain. p 23.

Starburst, p 60 et +; APOC, just before, p 124 et 126.

<sup>xv</sup> « Luxury in fashion Reconsidered », KCI, Kyoto, 2009, p 98,104,106.

<sup>xvi</sup> Faulkner, W. op.cité, p. 74. cf Annexes.

<sup>xvii</sup> Sennett, R. *The Craftsman*, Yale university Press, 2008.

Trad.fr.: *Ce que sait la main*, Albin Michel, 2010.

<sup>xviii</sup> Cf. Annexes pour le texte intégral.



---

<sup>xix</sup> Flaubert, G. *Lettre* 445 à Louise Colet, 1852 : « **La continuité constitue le style, comme la constance fait la vertu.** Pour remonter les courants, pour être bon nageur, il faut que de l'occiput jusqu'au talon, le corps soit couché sur la même ligne, ..... ne point clapoter de droite ni de gauche, ce qui ne sert à rien, et fatigue ».

<sup>xx</sup> Flaubert, G. *Lettre* 340 à Louise Colet, 1852.

<sup>xxi</sup> Libération, 1<sup>er</sup> Février 2010 : Philippe Bana, Dir.Tech.,équipe française de hand-ball après leur triple victoire inédite à l'Euro, au Mondial et aux Jeux Olympiques : « Historique, légendaire ? Vous trouverez quoi après ?... Nous sommes dans la refrabricature ( ?!) constante. Quand **on gagne une médaille, on la jette tout de suite.** Nous avons renoncé à contempler le passé pour mieux cultiver l'excellence.»Wah !

<sup>xxii</sup> Daney, S. *Le Salaire du Zappeur*, Libération, 23 Sept.1987

<sup>xxiii</sup> Beaumarchais, *Le Mariage de Figaro*, 1785.

<sup>xxiv</sup> Cf A-H 1988, Yohji Yamamoto, gamme de 8 rouges pour un manteau (cf photo Nick Knight);voir égalt Ch.Dior note ix.