MIRROR MIRROR – LA MODE ET LE PSYCHÉ

La double exposition Mirror Mirror – Fashion and the Psyche, qui se tient au MoMu et au Musée Dr Guislain à Gand, explore les liens entre la mode, la psychologie, l’image de soi et l’identité.

Dans des expositions de mode, le corps humain demeure souvent discret et figé à l’arrière-plan, symbolisé par un mannequin ou un buste de tailleur. L’accent est mis sur la mode et le corps sous-jacent devient ainsi un support anonyme, un portemanteau pour les créations. Pour la première fois, une exposition s’intéresse au corps et à la psychologie humaine sous les vêtements. Comment nous voyons-nous réellement et comment nous observons-nous mutuellement ? Comment les stylistes et artistes contemporains défient-ils des idéaux de beauté ? La mode peut-elle nous protéger sur le plan mental et nous donner de la force ?

L’exposition s’ouvre par des images spéculaires, des reflets de soi et des images déformées du corps humain. Au fil des espaces apparaissent des répliques humaines issues du monde de l’art et de la mode. D’où vient précisément le mystérieux attrait des mannequins et des poupées ? Quel rôle jouent les poupées en temps de crise et pourquoi attirent-elles autant les stylistes et les artistes ? Dans le final numérique, où le corps physique et charnel disparaît, l’art, la mode et la technologie se rejoignent sous la forme de corps virtuels, de cyborgs féministes et d’avatars solitaires.

# RÉFLEXION

L’art et la mode peuvent jouer un rôle important pour se libérer d’idéaux de beauté contraignants. Avec des formes et des proportions inattendues, les créations d’avant-garde embrassent diverses typologies corporelles, défiant de la sorte les idéaux « classiques » de beauté. Ces silhouettes sculpturales, souvent volumineuses, laissent à l’imagination le soin de se représenter les formes du corps porteur. Mieux encore, elles forment un nouveau corps autour de celle ou celui qui les porte et montrent de quelle manière la mode peut être une armure artistique, une source d’expression de soi et un pouvoir mental.

# PERRUQUES DE CYNDIA HARVEY

Avant de s’installer au Royaume-Uni à l’adolescence, Cyndia Harvey a grandi en Jamaïque. Fille de coiffeuse, elle a toujours été attirée par la tactilité des cheveux. Jeune adulte, elle a d’abord travaillé dans un salon de coiffure afro à Londres, où elle a appris à manipuler différentes textures, a compris que le tressage peut être une forme d’expression artistique et a découvert les possibilités illimitées des cheveux. Ses débuts dans l’industrie de la mode furent en tant qu’assistante du styliste Sam McKnight. Aujourd’hui, Cyndia Harvey collabore non seulement avec des stylistes, mais aussi avec des artistes tels que FKA Twigs, Kendrick Lamar et Frank Ocean.

Dans cette salle, des silhouettes d’avantgarde sont exposées sur des bustes de tailleur classiques au lieu de vrais corps. Pour insuffler vie à certains d’entre eux, leur conférer des personnalités nouvelles et uniques, Harvey a créé des perruques sur mesure. Harvey nous invite à réfléchir au pouvoir psychologique, politique et expressif des cheveux.

# FILTRER LA RÉALITÉ

Tout au long de l’histoire, les normes de beauté ont toujours changé, évolué et fluctué, mais jamais disparu. Sous l’effet des réseaux sociaux, elles semblent encore plus exigeantes. En 2016, Snapchat a lancé ses premiers filtres ludiques de réalité augmentée et alors que la culture du selfie devenait de plus en plus populaire, l’éventail de ces filtres d’embellissement a explosé : du lissage de la peau à la modification indétectable des traits du visage. Dès lors que chacun peut désormais manipuler numériquement son apparence, des conséquences psychologiques préoccupantes se manifestent, telles que des troubles de la perception corporelle et de l’insécurité face à son visage réel. Au lieu d’embrasser la diversité, la plupart des filtres uniformisent sinistrement l’apparence et font office de masques contemporains qui nivellent l’individualité en un visage cyborg unique.

# FRAGMENTATION DU CORPS

Ce n’est qu’au XIXe siècle que la psychiatrie a commencé à s’intéresser aux troubles de l’image corporelle ou trouble dysmorphique corporel (TDC). Une personne qui en souffre pense de manière obsessive à son apparence et à des caractéristiques qu’elle considère comme laides ou anormales, alors que ce « défaut » peut être infime, voire inexistant. Ces personnes passent souvent de longues heures à s’examiner dans le miroir et à tenter de réparer ou de cacher certaines parties de leur corps. En se focalisant sur des parties spécifiques potentiellement « corrigibles », elles fragmentent leur corps en parties distinctes devant être retravaillées. Les publicités pour des cosmétiques ou de la mode font pareil. On y subdivise le corps en autant de parties que nécessaire pour le produit spécifique. Les campagnes de Jil Sander et de Prada présentées ici sont un clin d’œil ludique et artistique à la façon dont le corps féminin est souvent morcelé, décomposé pour servir les objectifs du consumérisme.

# REPLICA : LE POUVOIR DE LA POUPÉE

Dans cette maison de poupées surdimensionnée, mannequins et poupées du monde de l’art et de la mode se côtoient. La poupée ensorcelée qui s’anime inopinément et épouvante est un thème récurrent des films d’horreur. Stylistes et artistes explorent, à la faveur de poupées, l’ambiguïté entre le vivant et l’inanimé, tandis que l’histoire de l’art révèle en outre qu’elles peuvent être des vecteurs significatifs de critique soci(ét)ale. Des artistes les ont utilisées pour commenter la société néolibérale, le capitalisme et, dans un contexte féministe, pour remettre en question des symboles de féminité et ébranler les structures de pouvoir du patriarcat. Bienvenue dans la maison de poupées.

# POUPÉES DE MODE

Dès le XIVe siècle, des poupées de mode historiques ont voyagé à travers l’Europe pour présenter des modes régionales. Souvent vêtues d’habits de cour, elles véhiculaient des idées sur de nouveaux styles. En temps de crise, ces poupées de mode ne vantaient pas seulement des modes locales, mais stimulaient les économies nationales et incarnaient une certaine fierté patriotique. Les poupées de mode furent même si précieuses pour le maintien de la suprématie économique française dans le commerce de la mode, que les ministres des cours de France et d’Angleterre leur ont accordé un « passeport inviolable » pendant la guerre de Succession d’Espagne, alors que tous les autres échanges commerciaux étaient interrompus.

# MANNEQUINS AU MUSÉE

Les mannequins sont apparus dans les vitrines des magasins européens entre 1880 et 1890. Ils étaient conçus pour séduire le passant et le faire entrer dans un monde de mode et de consommation. Exposer de la mode dans un musée requiert également un support ou un corps. Les musées de la mode travaillent surtout avec des mannequins initialement conçus pour un usage commercial. Pour des raisons de conservation, ces mannequins doivent être relativement légers, faciles à manipuler et ne peuvent pas endommager les vêtements. Ils doivent en plus répondre aux tailles généralement minuscules des prototype d’archives de stylistes. Par conséquent, on rencontre souvent des formes féminines longilignes, graciles et abstraites, dépourvues de cheveux ou de traits du visage. Dans le monde réel, ce corps générique n’existe pas et grâce à des expériences artistiques, des artistes et des commissaires d’exposition ont remis en question, avec succès, l’omniprésence du corps caucasien et standardisé.

# AVATAR

Ce dernier espace est entièrement affranchi du corps physique. Comme les mannequins et les poupées, l’avatar est un substitut humain, un produit de notre culture numérique. Si le monde de l’art expérimente l’imagerie générée par ordinateur (CGI) depuis les années 70, l’industrie de la mode n’a adopté l’utilisation de ces technologies, des jeux vidéo et des NFT que relativement récemment. Des avatars apparaissent dans les œuvres d’art immersives d’Ed Atkins, Pierre Huyghe et Melik Ohanian, ainsi que dans les collages de photos féministes de Lynn Hershman Leeson. En utilisant des figures post-humaines, ces artistes et designers sont en mesure d’analyser la position changeante du corps physique dans une réalité de plus en plus artificielle et technologique. En explorant et dépassant les frontières entre le physique et le virtuel, ces avatars transforment à la fois notre image de soi et notre perception du monde.