LA CARICATURE ANGLAISE ET LES CAPRICES DE LA MODE FÉMININE DE 1915 À 1930

Article extrait de la revue *Recherches contemporaines*, n° spé. "Image satirique", 1998

Ginette KATZ-ROY

*L*a recherche effrénée de la nouveauté qui est l'essence même de la mode a souvent prêté à rire. Les Anglais – dont on sait qu'ils ont le sens de l'humour – ne furent pas les derniers à s'en moquer. Comme la caricature de mode n'est qu'un des multiples aspects de la caricature de mœurs, elle n'est pas toujours abondante, mais peut être très virulente et mémorable. Témoin une oeuvre de William Hogarth, intitulée *Taste à la mode* (1742) qui est très différente, tant par sa technique que par sa polysémie, des caricatures plus récentes que nous allons étudier mais qui en donne un peu le ton. Il s'agit d'une peinture satirique représentant un couple de vieux élégants qui singent la mode française. Une série de tableaux en abyme à l'intérieur du tableau contribue au commentaire acerbe sur le culte du paraître – culte qui inflige une torture au corps et mène la femme à dissimuler sous des structures rigides des choses à la fois naturelles et indicibles (on y voit une statue de la Vénus de Médicis en hauts talons et corset, vêtue sur le devant d'un demi-cerceau rappellant la robe conique de la vieille dame au premier plan, façade qui ne saurait cacher le postérieur nu tourné vers nous ; des cupidons s'affairent, l'un sur les rondeurs d'une jeune femme, l'autre avec un soufflet sous une jupe à cerceau pour faire gonfler ce vêtement ou, peut-être bien, attiser les désirs qui s'y cachent). Avec ses nombreux sous-entendus, ce tableau mériterait une plus longue analyse. Il développe en tout cas une des thématiques fondamentales de la caricature de mode : la critique du vêtement comme carapace sociale.

Un bref regard en arrière nous aidera à mieux situer la production des caricaturistes anglais des années 1915-1930. En Grande-Bretagne, la satire de la mode prend son essor dans la seconde moitié du 18e siècle avec des artistes plus

franchement spécialisés dans le dessin humoristique que Hogarth (celui-ci refusait le titre de caricaturiste). À cette époque, ils sont nombreux à jouer sur l'exagération et la déformation pour ridiculiser des tenues qui elles-mêmes déforment le corps et ses proportions : hautes perruques, taille remontée sous les seins, immenses chapeaux[1]. Les extravagances des *dandies* du début du 19e siècle, très semblables à celles des Incroyables en France, inspirent à George Cruikshank une série de huit estampes intitulées *Monstruosités*. Dans *Monstrosities 1818*, les personnages sont réduits à des volumes simplifiés, à des formes quasiment géométriques, qui rappellent un peu la forme conique de la robe dans *Taste à la mode*. Il n'y a toujours pas de légende, mais un titre. La charge humoristique est entièrement portée par le dessin, contrairement à ce qui se passera plus tard. Il y a abondance de caricatures de mode en Angleterre entre le milieu du 18e siècle et le milieu du 19e siècle. Elles s'attaquent à une mode de classe et souvent sans distinction de sexe.

La notion de mode commence à être plus particulièrement associée au vêtement féminin avec les débuts de la haute couture, dont l'inventeur dans la seconde moitié du 19e siècle fut un Anglais établi en France : Jacques Worth. Paradoxalement, la haute couture fixait un idéal de féminité très sophistiqué alors que se développait la lutte politique de la femme et que son image se masculinisait. C'est dans la presse à grand tirage et non plus dans l'estampe que l'on trouve des caricatures de cette nouvelle femme : la femme en pantalon, qui fume comme un homme, ou, spécialité assez anglaise, la femme sportive qui joue au tennis ou au golf dans des tenues plus ou moins commodes. Peu de temps auparavant, dans *Punch*, on se moquait des grandes crinolines bien embarrassantes pour franchir une porte.

Puisque en Angleterre il avait existé une riche tradition de caricature de mode, j'ai pensé qu'il serait intéressant d'étudier la période 1915-1930, période où la femme anglaise obtint le droit de vote (1918) et où la mode féminine connut les changements les plus rapides et marquants de son histoire sous l'influence d'une haute couture d'origine parisienne (mais en fait très internationale) qui se situait aux confins de l'art et de la grande industrie. C'est seulement vers 1915 que les effets de la haute couture commencèrent à se faire sentir dans la couture et la confection. La mode se démocratisait. Les femmes abandonnèrent la ligne en S pour adopter la ligne plus droite, fluide et sans corset lancée par Paul Poiret. La taille devint plus large, les hanches plus étroites, la poitrine plus plate, avec des variantes d'année en année, parfois de saison en saison. On vit se mettre en place le système de production accélérée de nouveautés dont Barthes dit : "La Mode apprivoise le nouveau avant même de le produire et accomplit ce paradoxe d'un 'nouveau' imprévisible et cependant

1. On pourrait citer, entre autres, Matthew Darley, Richard Newton et James Gillray.

légiféré[1]." C'est aussi vers 1915 que la jupe commença à raccourcir pour révéler la cheville. En 1925, elle laissait voir la jambe jusqu'au genou. Vers 1928, elle était plus longue derrière que devant. La taille eut ses hauts et ses bas. Les cheveux aussi raccourcirent. On finit par se coiffer "à la garçonne". Les chapeaux rétrécirent jusqu'à devenir les chapeaux cloche des années 20.

L'émancipation politique de la femme survenait à peu près au moment où son corps se trouvait libéré des crinolines, corsets, poufs et chapeaux gigantesques. Les suffragettes employèrent la caricature comme moyen de propagande dans leur publication *The Suffragette* ou sur d'autres supports, cartes postales et affiches. En 1913, dans ces dessins de propagande, les dames hostiles aux suffrages des femmes sont représentées portant d'élégantes robes à traîne et des chapeaux à plumes déjà un peu surannés. *Punch*, en revanche, ne se prive pas de montrer des suffragettes laides, mal attifées et quasiment viriles.

On trouve un écho de toutes ces fluctuations de l'image de la femme dans la littérature anglaise de l'époque. D. H. Lawrence évoque très abondamment, avec un mélange de fascination et de raillerie, la mode des années 1915-1920 dans son roman *Femmes amoureuses.* Chaque description de toilette offre un luxe de détails qui en permettrait la reconstitution et qui renforcent la dimension symbolique des personnages. Signalons, parmi les éléments aux connotations ridicules, des bas de couleur importés de Paris. Plus tard, dans *L'Amant de Lady Chatterley* (1928), l'héroïne pense à sa silhouette et la trouve démodée : "un peu trop féminine, pas assez comme celle d'un jeune garçon". Virginia Woolf définit l'esprit des années 1925 par les mots "parure" et "fantaisie" dans *Mrs Dalloway*. Un homme se plaint de ce que les femmes veulent ressembler à des tuyaux dans *Point, Contrepoint* (1928) d'Aldous Huxley.

Si les écrivains jetaient un regard assez critique sur cette mode, il devait bien se trouver des dessinateurs humoristiques pour faire de même. Se sont alors posés deux problèmes : celui du corpus et celui de la spécificité de la caricature anglaise au cours de ces années.

Comme l'on peut s'y attendre, cette période de guerre et d'après-guerre n'est guère propice à la caricature de mode, même si elle inclut les années folles. Ce n'est pas que les magazines satiriques anglais, nationaux ou régionaux, manquent (j'en ai dénombré vingt-cinq pendant la période 1915-1930), mais la plupart, à l'exception de *Punch*, sont éphémères et, de toute façon, consacrent plus de pages à la politique, à la guerre et à la crise sociale qu'à la mode. Entre 1915 et 1930, il n'y a jamais plus de trois caricatures de mode par an dans *Punch,* à l'exception de l'année 1919 où j'en ai trouvé cinq. Les quotidiens, qui commencent à introduire des caricatures dans leurs pages vers 1914, privilégient la politique ou le portrait-charge. L'un des plus grands caricaturistes de

1. Dans *Système de la mode*, Paris, Seuil, 1967, p. 289.

l'époque, Max Beerbohm, ne produit que des portraits-charge, Haselden, dans le *Daily Mirror,* produit trois ou quatre caricatures de la mode par an. Elles sont présentées sous forme de bandes dessinées assez naïves, sans grand intérêt du point de vue du dessin. Elles comportent non seulement des bulles mais un titre et un long commentaire d'auteur comme si l'artiste craignait de ne pas être compris. Celles des années 1915-1916 traitent des caprices irrésistibles de la mode malgré les temps de guerre. Une des légendes dit : "Les femmes devraient-elles parler chiffons, et devraient-elles changer de mode en temps de guerre ? Certaines ont pris la bonne résolution de ne pas le faire, mais la tentation s'est avérée trop forte et des modes encore plus étranges que les modes passées nous attendent pour la saison prochaine."

La caricature de mœurs survit et se fait souvent le témoin de la mode sans la prendre véritablement pour cible. Elle donne souvent l'image d'une femme forte qui domine l'homme. Dans *The Tatler* des années 20, les caricatures de H. M. Bateman sont moins des caricatures de mode que des caricature de mœurs. *The Lady who asked for rabbit* (*fig.* 1) est un pseudo-mélodrame autour du thème de l'engouement pour la fourrure. Demander du lapin, moins cher que le renard, apparaît comme un crime de lèse-majesté dans cette boutique. Les manteaux sur les mannequins en lèvent les bras au ciel, le vendeur tombe raide mort, les renards regardent étonnés. Ici l'humour découle entièrement des attitudes et de la mise en scène. La plupart du temps, c'est la situation où se met la femme qui intéresse Bateman, même si son allure contribue à l'effet comique. Quand Lewis Baumer raille la mode de la fourrure pour *Punch* quelques années plus tôt, il s'agit vraiment d'une caricature de mode. Il y a bien un recours à l'hyperbole dans l'amas de fourrures que porte la dame, néanmoins l'humour dépend largement du dialogue inscrit sous l'image comme dans le *Daily Mirror*. Voyant une élégante surchargée de fourrures, une gamine s'écrie : "Oh ! regarde, Maman, il y a une dame qui vend des fourrures" (*fig.* 2). Ici le dessin est très proche de l'illustration. Nous allons constater que nombreuses sont les caricatures qui s'apparentent à l'illustration alors que l'illustration de mode emprunte des traits à la caricature.

La technique de gravure au trait qui se développe dans la seconde moitié du 19e siècle dans l'illustration comme dans la caricature est peut-être responsable de cette collusion dans une petite mesure, encore que toute la production européenne ne semble pas en souffrir. Les artistes du *Charivari* français, dont s'inspire *Punch* (qui se veut *Le Charivari londonien*), ont au début un style de caricature très proche de celui du magazine anglais mais ils parviennent bientôt à faire passer un humour plus visuel. Dans *Le Rire*, le style est souvent plus drôle et plus gaulois. Il y a quelques caricatures de mode vigoureuses, à l'époque, en France, en Espagne, en Allemagne, en Autriche. Parfois, la mode est prétexte à une satire politique. Pendant la guerre comme

après la guerre, on oppose la gracieuse mode des Françaises à l'horrible mode des non moins horribles Allemandes (Mars-Trick). J'avoue que ce qui m'a déroutée dans cette recherche, c'est la très grande fadeur, le manque de virulence de la plupart des caricatures de mode anglaises dans la période que j'ai choisi d'étudier. Il faut attendre la fin des années 20 pour voir ce type de caricature reprendre un peu de vigueur, comme avec un dessin de Strube (*fig. 3)* publié dans le *Daily Express* où l'"Ombre d'une vieille militante" s'exclame en voyant une "garçonne", jupe courte, chapeau cloche et cigarette aux lèvres : "Est-ce pour cela que je me suis battue ?" (1927).

Fig. 1. – H. M. Bateman, *The Tatler*, 1920.

Fig. 2. – Lewis Baumer, *Punch*, c. 1915.

Fig. 3. – Strube, *The Daily Express*, 26 avril 1927.

En me fondant sur *Punch* qui est le plus connu des magazines humoristiques anglais de l'époque, j'aimerais malgré tout donner une idée de ce qui donne prétexte à une aimable moquerie dans les années 1915-1930. Ce qui est abordé avec un traitement plutôt humoristique que satirique, sans trop d'exagération ni d'euphémisme, c'est toujours la frivolité des femmes et leur désir de s'habiller comme leurs amies, leur soumission aux fantaisies de la mode en matière d'accessoires : plumes, fourrures et surtout, caractéristique bien anglaise, les chapeaux. Un nombre incroyable de saynettes se passe chez la modiste. Après la guerre, on s'attaque à la folie du régime amaigrissant et, avec beaucoup de décence, à la mode qui déshabille la femme plus qu'elle ne l'habille. Dans une caricature du milieu des années vingt (*fig. 4*), un monsieur propose un journal à une dame en jupe courte. "Merci, je n'aime pas lire dans le train", dit-elle. L'homme répond : "Peut-être. Mais voulez pas couvrir vos genoux avec ? J'veux pas les regarder." En 1926, on voit une provinciale demander à une couturière londonienne : " Vous ne trouvez pas que cette robe est trop longue ?" "Non", dit la couturière, "pas pour Birmingham". La caricature la plus osée sur le thème du raccourcissement de la jupe est datée de 1930 et a cette légende : "Les dernières robes du soir annoncent un retour à la bienséance, jusqu'au moment où l'on s'assoit." En effet, la jupe en tissu léger s'épanouit en corolle, laissant entrevoir le début des cuisses. Il n'y a rien là de bien audacieux ni d'original. C'est le regard habituel de l'homme sur les stratégies de séduction féminines, sur un éternel féminin que la mode transforme en éternel ridicule,

mais auquel, si on en juge par le refus d'une satire grotesque, agressive ou vulgaire, on se laisse volontiers prendre. On pourrait même parler d'un éternel retour de certains phénomènes : par exemple, on voit déjà une amusante allusion au déplacement incongru de la taille chez Richard Newton au 18e siècle, puis chez Haselden en 1916 (*fig. 5*), avant de trouver une bande dessinée sur le même thème dans P*unch* en 1930 (quasiment calquée sur celle d'Haselden).

Fig. 4. – Frank Reynolds, *Punch*, c. 1926.

Fig. 5. – Haselden, *The Daily Mirror*, 1916.

La première caricature de mode que j'ai repérée dans les *Punch* de 1915 s'intitule "Comment finir la guerre". Une jeune fille s'y moque de la tenue démodée de sa vieille tante qui apparaît à l'arrière-plan dans sa longue robe encombrante de style Belle Époque. La demoiselle dit à son amie : "Gertrude, quel dommage que les Allemands ne puissent pas voir ma tante ! Ils en mourraient de rire." En 1928, on retrouve une jeune fille en robe longue de soirée face à sa tante qui, elle, arbore robe et cheveux courts, porte le grand sautoir à la mode quelque temps plus tôt, et tient à la main un long fume-cigarette. Comme la jeune fille lui demande : "Pourquoi n'achètes-tu pas une robe comme la mienne ?", la dame plus âgée lui répond : "Oh ! ma chérie, peut-être si j'avais vingt ans de moins. Mais ta vieille tante aurait l'air ridicule avec une robe qui fait aussi jeune." Il apparaît qu'en ces temps c'est le démodé qui fait rire plus que les nouveautés de la mode. Comme le souligne Serge Lipovetsky dans *L'Empire de l'éphémère :* "Le ridicule dans l'âge démocratique sera moins l'imitation de la mode (le snobisme mis à part) que dans le *démodé*, ce nouvel "interdit" de masse[1]."

Il est un autre interdit qui fond comme neige au soleil après 1914 : celui de la femme émancipée. Dans les années 1914-1918, il coexiste dans *Punch* un regard amusé sur les femmes militaires qui tirent éventuellement avantage de leur uniforme, les femmes employées à toutes sortes de tâches considérées comme masculines avant la guerre, et une glorification soudaine de la suffragette. Le droit de vote est annoncé en pleine page par une Jeanne d'Arc brandissant un drapeau sur lequel on voit écrit en grosses lettres : "Suffrage", et, au-dessous de l'image, ces simples mots : "*At last !*" ("Enfin !").

On ne plaisante plus aux dépens de la femme. Si l'on doit plaisanter, on plaisante *avec* elle, dans une relation de complicité qui est le propre de l'humour et non de la satire. Ceci se manifeste pleinement dans tous les dessins sur le thème de l'économie entre les années 1915 et 1920. On taille, on coupe, on récupère du vieux pour en faire du neuf, et parfois on ne peut même pas s'offrir du vieux authentique qui serait le fin du fin du chic. La mode est constamment associée à la crainte de la tromperie sur la marchandise ou sur le prix.

Il y a sans doute de multiples raisons à l'affaiblissement de la caricature de mode en Angleterre à cette époque, mais il est difficile de cerner la spécificité nationale de ce phénomène. La guerre et ses conséquences n'expliquent pas tout. Comme partout ailleurs, en descendant dans la rue, la mode s'est simplifiée, est devenue plus pratique, moins extravagante, même si les modèles de haute couture le restaient. Les distinctions de classe se sont de moins en moins marquées dans le vêtement. La mode est devenue à la fois le lieu

1. Paris, Gallimard, 1987, p. 91.

du conformisme et de l'originalité à la portée de toutes les femmes. La publicité abondante qui en est faite alors dans tous les journaux semble exclure qu'on s'en moque violemment dans les mêmes pages. Comme partout ailleurs, l'illustration a emprunté à l'art, qui lui-même les avait empruntés à la caricature, une partie de ses moyens d'expression, empiétant ainsi temporairement sur le territoire de la caricature. Les illustrations de *Vogue* sont plus caricaturales dans la forme que la plupart des dessins de *Punch*, si l'on convient que le caricatural se fonde sur la déformation des proportions, l'exagération, la simplification et la stylisation. Toutefois une dessinatrice et illustratrice de mode comme Fish réussit à reprendre à l'art ce qui appartient à la caricature en le parodiant (*fig. 6*).

Fig. 6. – Fish, 1920 , in *The Art of vogue*, Ed. W. Packer, Londres, Octopus Books, p. 13.

Je ne suis pas la seule à rester perplexe devant la faiblesse de la caricature anglaise du début du siècle. Le peintre Wyndham Lewis y consacre un

article furieux dans sa revue *Blast* publiée en 1915 et se l'explique ainsi : "L'inefficacité de la caricature, spécialement celle de l'espèce anglaise, a pour cause directe l'impressionnisme." C'est le dessin flou et laborieux de *Punch* qui le met en rage. Ce qui est sûr, en ce qui concerne la satire de la mode entre 1915 et 1930, c'est que l'Angleterre a manqué de dessinateurs talentueux pour s'en préoccuper alors qu'elle possédait de bons illustrateurs de mode à l'époque. D'autre part, les humoristes ont accepté les nouveautés de la mode en se réglant sur le conformisme ambiant car – une fois n'est pas coutume – le conformisme consistait à accepter le changement et la nouveauté. Enfin, et c'est peut-être ce qu'il y a de plus spécifique à l'Angleterre de ces années-là , le rééquilibrage des relations hommes-femmes grâce à l'activisme politique des femmes et à leur rôle pendant la guerre a certainement émoussé la virile agressivité des hommes à leur égard et leur a passé l'envie de s'en prendre à ces incroyables robes qui, pour leur plus grand plaisir, cachaient de moins en moins ce qu'ils désiraient voir.

De toute façon, un dessinateur anglais peut-il se permettre d'être "*shocking*" ? Il subsiste dans la plupart des caricatures anglaises de la mode jusque vers 1930 un je-ne-sais-quoi de victorien ou d'édouardien qui leur donne un air démodé alors même qu'elles nous parlent d'une mode fortement influencée par l'art d'avant-garde. Si les caricaturistes anglais du début du 20e siècle acceptent apparemment avec humour les innovations apportées par la mode, leur dessin quelque peu désuet, sans grande recherche formelle, est sans doute ce qui trahit le mieux leur résistance cachée à la nouveauté et à la modernité.