

Appel à communication du GEMode Groupe d'Etude sur la Mode 2017-2018

Le GEMode, Groupe d'Etude et de recherche sur le Mode, lance un appel à communication pour un cycle de conférences intitulé "La Mode, mutations et hybridations du genre" qui démarrera en septembre 2017.

Les séminaires auront lieu un mercredi par mois à LISAA Mode, école de Mode, stylisme et management du luxe qui nous met à disposition gracieusement sa salle de conférence

Dans la continuité des séminaires et conférences proposé(e)s par le GEMode depuis ses débuts en 2001, nous convions ici étudiants, chercheurs et professionnels à réfléchir ensemble sur les perspectives et les approches permettant de capter en profondeur les phénomènes de mode qui modifient en permanence le tissu social. En analysant les enjeux théoriques et pratiques de la mode, qu'il s'agisse de la mutation de sa temporalité, de la recomposition de ses territoires, des mécanismes d'influences des dernières tendances ou des nouveaux modèles d'inspiration, ce séminaire a pour ambition de vous proposer des clés de lecture des imaginaires sociaux contemporains. Lieu d'échanges et de débats sur la mode mais également sur le design, l'art, le cinéma, la culture digitale, le GEMode prend le prétexte de l'image, de la surface, de l'icône pour engager un décryptage en profondeur de la construction tribale de la réalité.

La Mode, mutations et hybridations du genre

« La mode participe non seulement à la redéfinition contemporaine des rôles des sexes et au remodelage des identités sexuelles, mais elle constitue en ces domaines l'élément décisif et joue un rôle moteur » Frédéric Monneyron, *Sociologie de la mode*.

Depuis son rôle de protection du corps, le vêtement est devenu une zone frontalière entre intériorité et extériorité, l'intimité et l'environnement naturel et sociétal. La façon dont on s'habille révèle certains traits de notre personnalité et de notre identité. Le vêtement est l'un des premiers éléments de communication entre moi et les autres.

À travers les pièces vestimentaires, la caractéristique la plus repérable de la mode des trois dernières décennies est la remise en cause du dimorphisme sexuel. Depuis le tailleur lancé par Chanel au smoking d'Yves Saint-Laurent, jusqu'à "la grande robe pour deux" de Jean-Paul Gaultier, les grands stylistes n'ont jamais arrêté de bouleverser les codes vestimentaires avec cette interpénétrabilité masculin/féminin. Les modes masculine et féminine s'alimentent elles-mêmes. Même si la féminisation du vêtement masculin ou la masculinisation du vêtement féminin ne suffisent pas à elles seules à redéfinir les identités masculine et féminine, la mode, et notamment son influence dans la construction des identités sexuelles, semble révéler les larges orientations d'une société dans ses rapports au monde et à soi.

Aujourd'hui, les frontières des genres dans la création vestimentaire se brouillent de plus en plus. Cette année, H&M, géant de la fast-fashion, propose pour la première fois une collection unisexe : Denim United. Le grand mouvement vers l'androgynie ne reste plus confinées à quelques maisons de couture mais se diffuse et semble se démocratiser durablement. Néanmoins, le label "unisexe" s'applique le plus souvent à des pièces que les hommes et les femmes portent déjà, avec une nette tendance à intégrer plutôt les vêtements dits "masculins", et ainsi encourager les femmes à s'adapter au produit des hommes... La problématique du genre ne se limite pas au seul vêtement. C'est l'ensemble des supports, images et imaginaires de la mode contemporaine qui sont traversés par cette question de la métamorphose. Depuis les premières apparitions de mannequins dits atypiques sur les podiums des défilés il y a quelques années, c'est désormais le célèbre magazine de mode Vogue qui a choisi de rendre hommage à la beauté transgenre en affichant la mannequin Valentina Sampaio sur la couverture de son numéro de mars en 2017. Vestoj, un magazine sur la pensée critique sur la mode, vient également de sortir son nouveau numéro "la masculinité"... Les études du genre (*Gender Studies*) indiquent de nouvelles perspectives pour penser le rapport à la mode en pénétrant à travers ses images dans les profondeurs sociétales.

Comment saisir ce phénomène? Quelles sont les surfaces visibles de la construction et de l'hybridation du masculin et du féminin dans la mode? Comment les différents genres sont représentés dans la mode? Quelles significations résident derrière une permanence de certains codes face à une mutation de certaines valeurs? Peut-on comprendre les influences mutuelles mode et société au prisme de résultats de recherches sur l'identité sexuée, sexuelle et l'hybridation du genre? C'est à cet ensemble de questionnements que se propose de réfléchir ensemble intervenants et membres du Groupe d'Étude sur la Mode et auquel nous vous invitons à apporter votre contribution à notre cycle de séminaires.

Le panel suggéré est, mais ne se limite pas à:

1. La reconstruction des identités sexuelles et les tendances de la mode;
2. Les études sur la masculinité et la féminité et la mode;
3. Normes et transgressions dans la mode;
4. Hybridité, identité, arts et mode;
5. La créativité des industries de la mode à l'ère du post-genre;
6. Stratégie commerciale, études prospectives genre et mode;
7. Comportement d'achat des différents genres, études de consommateurs;
8. La reconstruction de soi et la mode;
9. Gender studies, Cultural Studies, et mode.

Soumission des propositions :

Pour l'accueil et la sélection des communications à notre séminaire de recherche, deux formats possible sont acceptés :

- Un résumé de 500 caractères (espace compris);
- L'intégralité de leur texte s'il a déjà donné lieu à publication ou communication;

Date limite: 15 septembre 2017, par mail à gemode@ceaq-sorbonne.org. Les propositions de communication seront étudiées par le comité scientifique du GeMode composé de Emilie Coutant (Université Paris V/Tendance Sociale) et Ludmille Wilmot Goncalves (Université Sao Paulo).