

Textes sur la mode

Texte 1:¹

Faut-il suivre, selon vous, la mode ?

La mode est une façon d'agir, de voir les choses différemment. C'est une tendance propre à une période donnée. De nos jours, nos comportements sont pour la plupart mimétiques, incitatifs. En effet, c'est un phénomène qui est source de créativité dans divers domaines, comme la chanson par exemple, il y a certaines chansons qui sont plus d'actualité que d'autres. Mais il y a aussi les décorations d'intérieurs qui changent comme par exemple, dans les années 1990, c'était la moquette qui était à la mode alors que de nos jours, c'est le sol stratifié qui l'emporte. Pour cela, nous allons dans un premier temps voir, s'il faut suivre la mode ou au contraire l'ignorer.

La mode ne supporte pas l'épreuve du temps, elle a toujours besoin de se renouveler pour donner l'illusion de la pleine satisfaction. Qu'elle soit vestimentaire, artistique, linguistique ou encore sportive, elle est suivie en priorité par ceux qui la créent, ceux qui la défendent, les snobs, les stars mais également par « Monsieur tout le monde », qui essaye tant bien que mal de s'y accrocher. En effet, pour suivre une mode vestimentaire ou sportive, il faut avoir les moyens financiers. Suivre la mode veut signaler son appartenance à un groupe social, un groupe de pensée ou une esthétique.

L'homme suit la mode par peur d'isolement, de ne pas se sentir à l'aise dans la vie sociale. En étant à la mode, il se sent en quelque sorte rassuré. C'est une pâle copie de quelqu'un d'autres. La mode apporte une uniformisation de la société. Aujourd'hui, on juge quelqu'un par les vêtements qu'il porte, par la voiture qu'il roule, par les idées qu'il véhicule. Dans ce sens, il paraît très difficile de ne pas suivre la mode puisque ne pas la suivre entraîne une marginalisation, un retrait par rapport aux autres.

L'être humain qui suit la mode n'a pas de personnalité propre, il veut se fondre dans la masse et surtout ne pas se faire remarquer. Cet individu trouve plus simple de copier ce que d'autres font, de s'approprier ce que d'autres ont pensé à sa place, c'est une solution de facilité. Le vêtement est un appareil superficiel dans lequel l'homme se déguise pour vivre en société. Être à la mode, ne reflète pas sa personnalité, il trompe autrui.

Après avoir pu observer dans une première partie pourquoi il faudrait suivre la mode, nous allons maintenant étudier pourquoi on peut s'y opposer.

Les médias sont les premiers à nous informer de la mode et surtout à nous influencer. La mode est une idée issue du marketing, une idée à laquelle on conditionne l'être humain. Avoir de la personnalité, c'est ne pas vouloir ressembler à tout le monde. La mode est une dictature contre laquelle il faut lutter. Il n'y a qu'une seule et unique mode à suivre, c'est celle que nous inspire notre cœur ainsi que notre esprit.

On ne s'intéresse pas à l'exigence d'autrui, mais simplement à son apparence. On se préoccupe des choses parfaitement futiles. La mode conduit à juger autrui, non pour ce qu'il est, mais pour ce qu'il paraît.

¹ <https://www.etudier.com/dissertations/La-Mode/345930.html>

Le vêtement dégage un peu ce que l'on est, même si l'habit ne fait pas le moine, le choix de notre tenue pour affronter le monde et les autres est notre parure pour exprimer un peu ce que l'on est. Ne pas suivre la mode, c'est se distinguer des autres, signaler son originalité personnelle, marquer ses refus, ses rejets sociaux et politiques.

La mode est éphémère, elle dure le temps d'une saison et très souvent, on la retrouve quelques années plus tard. Certes revisitée, mais la base est souvent resté la même. D'autres part, suivre la mode impose également avoir un budget illimité. Côté vestimentaire, les couleurs et les coupes changent très souvent donc pour être à la mode, il faut renouveler sa garde-robe régulièrement. Je ne parle ici pas des grands couturiers ou des grandes maisons de couture, qui proposent des tenues « hyper mode » et hors de prix. Ne pas suivre la mode, c'est aller à l'encontre de ce que pense la majorité mais cela aussi peut devenir ambiguë car au bout d'un moment, cette « contre mode » devient elle-même une mode. Par exemple, à une époque, certaines personnes pour se diversifier se décoloraient les cheveux ou mettaient des piercings ou avaient des tatouages, maintenant cela est devenu standard, voire à la mode. La mode peut également conduire à entrer dans un cercle infernal. Toujours acheter pour être mieux que les autres, la mode est éphémère, trop changeante. La mode nous perd et nous fait perdre de l'argent et de l'énergie c'est un commerce sans fin.

Tout au long de notre vie, autrui sera toujours un modèle pour nous, ce sera celui qui nous reconnaît et qui nous accorde une identité. On peut se poser la question sur ce que la mode nous apporte et en quoi est ce que la mode nous attire. La mode est comme une vague sociale, un vrai mouvement qui tue la diversité et qui ronge l'originalité et la différence.

Texte 2 :²

La Mode au 20ème siècle en France

Parmi les nombreux stylistes et modistes du 19ème siècle, certains ont réellement marqué l'histoire de la mode en France : Gabrielle Bonheur chanel dite Coco Chanel et Christian Dior.

1920 ...La mode des Années Folles :

Les années 1920 se relèvent dès la fin de la première guerre mondiale et ont soif de folies, de vitesse et de mouvement. Place alors à la légèreté, à l'émancipation féminine et à la fête.

La femme des années folles se libère, un esprit androgyne se révèle et elle arbore une coupe à la garçonne, des lèvres rouges et des sourcils épilés et redessinés. Elle se pare de tailleurs, voire de pantalons, de chapeaux et fume la cigarette à l'aide du fameux porte-cigarette. Le sautoir est également l'accessoire incontournable de l'époque. Il peut lui arriver de porter le monocle et même la canne. Les silhouettes sont longilignes, élancées, la poitrine s'efface, les jupes raccourcissent et les robes sont droites.

Le soir, la fête est de mise, et les femmes adoptent alors le style Charleston, subtil mélange de dentelles, cotons, franges, strass et plumes. Cette folie et cette étonnante modernité dureront jusqu'à la crise de 1929, période plus sombre où la femme retournera au classicisme

1930...La mode après la Crise :

² <https://www.etudier.com/dissertations/La-Mode/271565.html>

Le krach boursier de 1929 plonge le monde dans un climat d'hostilité générale, de crainte et de restrictions. Finies alors les tenues frivoles, la légèreté et l'insouciance précédentes, retour peu à peu au classicisme. La femme se doit désormais de revêtir l'image de la mère de famille dévouée mais élégante. Les tailleurs sont stricts, la robe est épurée, moulante et au tombé droit, les épaules peuvent être rembourrées. L'une des uniques fantaisies permises est le mythique décolleté profond dans le dos. La gaine fait son retour pour un ventre plus plat, les manteaux se portent courts et sont généralement en fourrure.

C'est aussi l'époque qui voit émerger l'influence des stars sur la mode, avec notamment Marlène Dietrich et Greta Garbo... Les chapeaux sont toujours de rigueur, souvent portés sur le côté, ils peuvent être de feutre ou tout simplement des bérêts. L'arrivée des premiers congés payés de 1936 permet également la création de tenues décontractées, déjà émergentes dans les années 20, pour le sport, les activités en plein air ou encore la plage...

En 1930, la femme est donc élégante, tout en simplicité. La photo de mode fait alors son apparition, avec entre autres le célèbre Man Ray, et cette photographie mythique de Coco Chanel de 1935 avec la fameuse petite robe noire...

1940 ... la mode pendant la seconde guerre mondiale :

La seconde guerre mondiale apporte avec elle son lot d'angoisses, de frustrations et de privations. Ce climat, guère favorable à de grands déploiements de mode, parvient cependant à marquer son époque par son ingéniosité. En effet, les matières étant alors rares et hors de prix, la mode recherche des matières de remplacement. C'est alors l'apparition des premières fibres synthétiques.

Les vêtements s'adaptent au contexte, les jupes se raccourcissent donc, le chapeau est petit mais extravagant. Les épaules sont carrées, les tailleurs sont en lainage. Des rideaux aux couvertures, en passant par les vieux pulls, tout est bon à prendre pour confectionner les vêtements.

La recherche de la beauté est toujours encouragée, en partie afin de soutenir le moral du pays.

Texte 3 :

Janvier est tout indiqué pour les prédictions. Alors que les grandes marques courtisent de plus en plus la jeune génération, quelles tendances mode s'imposeront en 2018? À l'aide de notre boule de cristal (et de quelques experts bien informés), nous avons joué le jeu.

Quête d'imperfection Portée par une nouvelle génération qui bouleverse l'ordre établi avec ses valeurs et par des mouvements de société qui changent les perceptions, une mutation s'opère dans l'univers de la mode. Imperfection, abolition des frontières et fin de l'hypersexualisation sont à l'ordre du jour.

Cette dernière fait tellement partie de notre société qu'on a parfois l'impression qu'elle a toujours existé. Dans les faits, on peut retracer les racines du phénomène qu'on nomme aujourd'hui hypersexualisation dans les années 60, avec l'apparition des kinky boots, ces hautes bottes qui montent au-dessus des genoux, inspirées du fétichisme.

L'ère de l'objectivation du corps de la femme tirerait-elle à sa fin? Tout porte à croire que oui, remarque Mariette Julien, professeure associée à l'École supérieure de mode de l'Université du Québec à Montréal (UQAM) et spécialiste de l'observation sociologique des phénomènes de

mode. «Parfois, un déclencheur, un petit événement peut venir transformer la mode, créer un mouvement de contagion. L'ère de #metoo vient changer la donne. Les femmes ne veulent plus être un objet sexuel, elles veulent être prises au sérieux. La mode hypersexualisée, elles n'en veulent plus!»

Ainsi, le décolleté, la peau et les vêtements très près du corps risquent de s'effacer au profit d'une mode plus sobre et modeste. Un phénomène qui n'est pas étranger à un retour vers certaines valeurs traditionnelles, « rassurantes et sécurisantes », dans un monde incertain qui traverse plusieurs crises, qu'elles soient politiques, climatiques ou sociales, et cristallisé par des figures féminines fortes et médiatisées comme Michelle Obama, Oprah Winfrey et Kate Middleton.

Mais au-delà d'un certain retour vers une mode prude, c'est surtout l'expression de l'identité à travers les vêtements qui intéresse la jeune génération. Ainsi, fait remarquer Mme Julien, l'arrivée de femmes à la tête de grandes marques comme Prada, Dior et Givenchy amène des collections qui misent moins sur le côté sexy que sur un look très jeune, des couleurs flamboyantes et des compositions surprenantes dans le mélange des coloris, des imprimés et des styles.

Bref, l'imperfection devient le nouveau leitmotiv. «Les jeunes n'aiment pas la perfection. Il faut que la tenue, l'allure, l'apparence porte un petit quelque chose de rebelle, de choquant pour la génération plus âgée.»

<https://www.lapresse.ca/vivre/mode/201801/26/01-5151541-la-mode-est-au-changement.php>

Texte 4 :

Alors que Donald Trump veut ériger un grand mur et que le Royaume-Uni a dit «Brexit», cette jeune génération semble au contraire vouloir faire tomber les frontières. Mode unisexe ou « sans genre », dominance du normcore et du streetwear qui rendent les distinctions de statut social par le vêtement griffé caduques: les milléniaux et la génération Z se posent en porte-à-faux avec une industrie de la mode superficielle qui dicte la façon de se vêtir.

« Aujourd'hui, ce sont vraiment les jeunes qui influencent les mouvements de mode en nous proposant leur vision du monde, un monde ouvert, sans frontières. Les jeunes ne veulent plus se faire dire comment s'habiller, ils veulent déterminer leur style. Il y a une valorisation d'une mode plus esthétique, artisanale même; on n'est pas dans le clinquant, mais dans l'authenticité et le naturel», note Mme Julien.

Résultat: plusieurs acteurs importants du marché ont récemment effectué un changement assez draconien dans leur esthétique. «Il y a vraiment un mouvement important qui se passe en ce moment avec toutes ces "superbrands" comme Balenciaga et Gucci qui délaissent le marché des baby-boomers et vont vers les milléniaux. Ça fâche beaucoup de gens qui ont l'impression de se faire "abandonner", mais ça paraît dans leurs résultats financiers», explique Milan Tanedjikov, chargé de cours au Collège LaSalle et à l'École supérieure de mode de l'UQAM et membre de l'équipe éditoriale du magazine montréalais The Fine Print.

La nouvelle tête dirigeante de Balenciaga, Demna Gvasalia, illustre à merveille ce phénomène en chamboulant l'industrie avec ses collections ancrées dans le normcore et même le dadcore, ce mouvement qui reprend, avec une certaine ironie, l'esthétique des vêtements que portaient les pères des années 90, immortalisée dans des photos de famille au kitsch suranné dans la dernière campagne printemps-été 2018 de la maison.

Pensez jeans sans forme, polar et anorak oversized aux couleurs criardes, sans oublier les « jolis-laidis » sneakers, tels que baptisés par Vogue dans un article récent. Une mode lancée par Balenciaga avec ses sneakers Triple S, puis reprise notamment par Prada.

Ce mouvement choque certains baby-boomers, qui ne comprennent pas comment la « marque la plus chic du monde » en est arrivée là, explique Milan Tanedjikov.

« Les jeunes cherchent à créer leur identité, quelque chose de nouveau, mais le problème aujourd'hui, c'est qu'il n'y a plus d'underground, tout devient pop. Donc comme ce qu'ils désirent est impossible, ils ont en quelque sorte abandonné cette idée d'être différents et se retournent en décidant d'imiter le style des baby-boomers, en riant d'eux d'une certaine façon. C'est très second degré. »

Vous trouvez ça laid? Peut-être plus pour longtemps puisque, rappelle Mme Julien, « le cerveau aime ce qui est familier ». Ce qui choque aujourd'hui deviendra un phénomène de masse lorsqu'il sera repris par l'industrie du fast-fashion. Et ainsi tourne la roue de la mode...

<https://www.lapresse.ca/vivre/mode/201801/26/01-5151541-la-mode-est-au-changement.php>