



Universidad de Valladolid

Máster en Profesor de Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato,
Formación Profesional y Enseñanza de Idiomas

Departamento de Filología Francesa y Alemana

Facultad de Filosofía y Letras

TRAVAIL DE FIN DE MASTER

**La mode en France à partir des années 60, et sa
divulgation dans les médias. Utilisation comme
matériels didactiques en cours de Fle**

Autora : Ester Sanz Pascual

Tutor : Dr. Luis Javier Benito de la Fuente

Valladolid, 2017

INDEX

1. Introduction.....	3
2. Qu'est-ce que c'est la mode ?.....	5
3. La Mode en France à partir des années 60, et sa divulgation dans les médias.....	7
3.2. Années 60.....	7
3.2.1. La naissance du « Prêt-à porter » : Toute une révolution.....	7
3.2.2. Les tribus urbaines.....	9
3.2.3. Les médias.....	20
3.2.4. Cinéma et Musique : Icônes de la mode.....	26
3.3. Années 70 et 80.....	34
3.3.1. Fashion Week de Paris.....	34
3.3.2. Les tribus urbaines.....	36
3.3.3. Les médias.....	46
3.3.4. Cinéma et Musique : Icônes de la mode.....	49
3.4. Années 90 et 2000.....	54
3.4.1. La mode et l'anti-mode	54
3.4.2. Les tribus urbaines	56
3.4.3. Les médias.....	60
3.4.4. Cinéma et Mannequinat : Icônes de la mode.....	62
4. Utilisation de la mode et les médias comme matériels didactiques en cours de FLE.....	68
4.1. Justification et Contexte	68
4.2. Séances.....	69
5. Conclusion.....	82
6. Bibliographie/Webographie.....	85

1. Introduction

Dans l'étude d'une langue étrangère, les méthodes de FLE pour la ESO et Bachillerato abordent principalement la grammaire, le vocabulaire, la phonétique et la culture. Cependant, la mode, faisant partie de la culture d'une langue, n'est pas très travaillée dans les méthodes.

D'un côté, il est vrai qu'on peut trouver les descriptions physiques et du caractère ou de la personnalité, et aussi la description des vêtements dans les contenus de grammaire et de vocabulaire. Cependant, ces thèmes ne sont pas très développés.

D'un autre côté, il faut tenir compte que les apprenants de la ESO et Bachillerato sont des adolescents, et que l'adolescence est précisément l'étape où les jeunes commencent à se connaître eux-mêmes, et à définir leur propre personnalité. Par conséquent, ils commencent à montrer leurs goûts, leurs pensées ou leurs idéologies, leurs opinions, et leurs réflexions. En même temps, ils donnent beaucoup d'importance à leur apparence physique, c'est-à-dire, la façon de se coiffer, de se maquiller et bien sûr, de s'habiller. Enfin, ils cherchent à trouver un style bien défini, car ils veulent être acceptés, et populaires aussi. Pour cette raison, parfois ils ont le besoin d'appartenir non seulement à un style concret, mais aussi à un groupe d'amis, de lecture, de sport, de musique, de théâtre, de cinéma, de mode, ou même à une tribu urbaine, qui mélange plusieurs aspects. En plus, ils s'inspirent de leurs écrivains, sportifs, chanteurs, acteurs, mannequins favoris, etc. En conséquence, ils reprennent les tendances anciennes et créent des nouveaux codes. Cela est possible grâce aux changements constants de la mode, où les codes vestimentaires sont toujours recyclés, adaptés et créés.

En plus, il faut dire que les médias ont un rôle très important dans l'actualité, spécialement Internet, qui a fait possible le contact presque immédiat avec les dernières tendances de la mode, surtout parmi les jeunes, qui publient, à travers les réseaux sociaux, beaucoup de photos où ils montrent, par exemple, un nouveau pull ou une nouvelle robe. Cependant, Internet n'est pas le seul média qui rend possible la diffusion de la mode, les médias traditionnels comme la presse et la télévision, ont permis de divulguer la mode depuis très longtemps. Ce sont des valeurs qu'il faut montrer aux jeunes.

D'ailleurs, les élèves ont une base faible en ce qui concerne le vocabulaire en français des vêtements. Cependant, les apprenants de Bachillerato possèdent, généralement, une certaine base de vocabulaire à propos des vêtements, des accessoires, des couleurs, des formes, etc. Mais quand même, ils acquièrent ces connaissances toujours dans les mêmes contextes. Et pour cela, je pense qu'il faut tenter l'innovation.

Pour toutes ces raisons, j'ai choisi le thème de mon travail de fin de master. En d'autres termes, j'ai décidé de développer le sujet de la mode dans le but de renforcer les connaissances préalables, et de faire apprendre aux élèves des nouveaux concepts en ce qui concerne la mode, et plus que cela. De cette façon, les lycéens vont acquérir une grammaire et un vocabulaire en relation avec les vêtements dans un contexte attirant et motivant.

Concrètement, j'ai choisi de parler de la mode à partir des années 60 en France, étant donné que la mode constitue une partie importante de la culture française (Paris est internationalement reconnue comme la capitale de la mode) et parce que c'est à partir des années 60 que la mode a vécu en France une période de révolution qui a changé la mode pour toujours. Il y a eu un avant et un après. En plus, la divulgation de la mode dans les médias, permettra aux élèves de voir l'importance des médias traditionnels par rapport à Internet.

Néanmoins, avant d'aborder le thème de la mode, il faudra définir ce concept. Toute de suite après, dans une première partie théorique, on va étudier des périodes concrètes de la mode, organisées en trois paragraphes : les années 60, les années 70 et 80, les années 90 et 2000. Dans ces périodes, on passera par des événements importants dans le monde de la mode comme la révolution du prêt-à-porter, la Fashion Week de Paris, la mode et l'anti-mode. En outre, on verra la culture des tribus urbaines populaires pendant ces années, les médias traditionnels comme la presse et la télévision et le moderne Internet. En plus, on verra l'exemple d'un personnage célèbre, qui est devenu une icône de la mode.

Dans une deuxième partie, on verra l'utilisation pratique de ce sujet en cours de FLE, en proposant des activités différentes pour approcher les élèves du monde de la mode et les faire rentrer dans d'autres aspects, tels que les différentes pensées tout au long de l'histoire, le cinéma, la musique ou même le mannequinat.

2. Qu'est-ce que c'est la mode ?

Dans cette étude on va aborder le thème de la mode en France à partir des années 60, et sa divulgation dans les médias. En outre, on étudiera l'utilisation pratique de ce sujet en cours de Fle. Néanmoins, avant de commencer à parler de la mode, il faudrait se poser les questions suivantes : Qu'est-ce que c'est la mode ? Quand est-ce qu'elle est apparue ? La mode est-elle atemporelle ? Est-ce qu'elle a été toujours présente dans la conscience humaine ?

Généralement, on pourrait définir la mode comme l'ensemble de tendances dans la façon de se vêtir et dans la manière de vivre dans des différentes époques. Il s'agit d'un phénomène qui implique le collectif de la société, étant donné que ces tendances sont créées en fonction des nécessités et/ou des goûts des habitants appartenant à une région et à une époque concrète. La base de ce travail va se centrer sur la mode vestimentaire. À partir de là, on va découvrir les différents styles de vie de chaque décennie.

La mode concerne non seulement le vêtement mais aussi les accessoires, le maquillage, le parfum, les modifications corporelles...etc. Sans aucun doute, il y a plusieurs facteurs qui marquent la mode. Le plus déterminant est la recherche d'une esthétique. Cet aspect est poursuivi surtout par les grands dessinateurs. En outre, on trouve la mode comme un moyen d'affirmer sa personnalité, son rang social en rapport avec son pouvoir d'achat, son groupe social (l'appartenance à un style/ à une tribu urbaine). En plus, il s'agit d'un moyen efficace de gagner de l'argent et du succès pour ceux qui imitent les grands créateurs.

Après avoir défini le concept de mode et les facteurs qui la déterminent, il faut remarquer que dès ce point de vue, la mode est perçue comme une question d'appartenance sociale. Cependant, cela n'a pas toujours été le cas, c'est-à-dire, au début de l'humanité le vêtement n'était que fonctionnel. Il est difficile d'imaginer les hommes de la préhistoire en bavardant sur ses vêtements : sur les peaux des bêtes ou les plumes qu'ils porteraient le jour d'après. Néanmoins, ils ont commencé à les améliorer rapidement (à les teindre avec le sang des animaux, à les coudre). Même s'ils personnalisent les vêtements pour définir la tribu, pour marquer la famille, le sexe...on ne peut pas constater que la mode a été présente dans la conscience de ces hominidés. Par conséquent, la naissance de la mode aura lieu plus tard. Peut-être elle commencerait à être en bouillonnement aux anciens empires d'Egypte, de Rome

et de la Grèce. Grâce aux historiens, on voit déjà que dans ces époques on donnait beaucoup d'importance aux vêtements, et qu'ils servaient comme des instruments de distinction sociale, on trouve aussi des symboles de beauté et/ou de séduction. En résumé, on pourrait considérer que la mode n'est pas atemporelle, qu'elle n'a pas toujours été présente dans la conscience humaine, et qu'elle est apparue pour marquer l'appartenance sociale en rapport avec le pouvoir.

En ce qui concerne la période de la mode en France n'est pas une question facile, comme Josefina Figueras Serra affirme dans son œuvre *Historia de la Moda. Presente, pasado y futuro* « no resulta fácil centrarse en una crónica particular de la moda francesa porque su historia coincide con la de la moda en general » (p.69).

3. LA MODE EN FRANCE À PARTIR DES ANNÉES 60, ET SA DIVULGATION DANS LES MÉDIAS :

3.2. Années 60

3.2.1. La naissance du « Prêt-à porter » : Toute une révolution

Les années 60 constituent une phrase révolutionnaire dans l'histoire de la mode en France. L'image de la femme apprêtée des années 50 (aux formes très dessinées) va s'estomper, et une nouvelle culture vestimentaire va s'imposer, aux formes plus fluides et amples, favorisant la liberté de mouvement et apportant un vent nouveau de jeunesse. En outre, on va assister dans cette époque à l'essor du « prêt-à-porter » face au secteur de la haute couture...mais qu'est-ce que c'est le « prêt-à-porter » ?

Même si ce terme appartenant au monde de la mode semble être en dehors de notre capacité de compréhension, cependant, dans la langue espagnole on le traduit par « listo para usar ». Néanmoins, en anglais on peut trouver l'expression « ready to wear ».

Mais...que veut dire exactement cette expression française? D'une manière générale, il s'agit d'une tendance qui est sortie des schémas de l'époque de la Haute Couture, au profit d'une mode beaucoup plus informel possédant tous les standards de qualité. Le « prêt à porter » admet la variété de tailles, il n'y a pas de dessins uniques. Par conséquent, c'est le contraire à la Haute Couture. Cependant, pour le comprendre mieux il faut connaître l'histoire.

La Haute Couture était à son apogée grâce au new-look, le style créé par Christian Dior pendant les années 50. Ce style représentait l'élégance classique et la féminité après la Seconde Guerre Mondiale. À cette époque-là, parmi les plus grands créateurs de mode on trouve Christian Dior, Pierre Balmain, Cristóbal Balenciaga et bien sûr, Coco Chanel.

Le dessinateur italien Pierre Cardin avait décidé de lancer sur le marché une mode futuriste. Cependant, il a pensé que cela n'était pas suffisant, c'est-à-dire, cette mode devrait être pratique pour que les gens puissent accéder à elle. Il voulait démocratiser la mode : il voulait sortir les vêtements des défilés de mode pour les introduire dans la rue. En effet, sa révélation a été l'invention du « prêt-à-porter ». Actuellement, cela a eu un grand succès, mais à l'époque ce nouveau produit a été comme un cauchemar pour des nombreux dessinateurs de la haute couture. Pourquoi ? Parce que l'idée de créer des vêtements aux différentes tailles, c'était quelque chose de nouveau, personne ne l'avait jamais fait auparavant. Par conséquent, cela était mal vu. Ce qu'on considérait comme mode c'était la Haute Couture : des pièces faites à la main, sur mesure, sur commande, et aux tailles uniques. Néanmoins, Pierre Cardin proposait une mode plus accessible et pour des différents types de femmes. À ce moment-là, une fabrication en série a alors commencé, déclenchée par le phénomène hippie, duquel on en parlera plus tard.

Grâce à cette innovation dans le monde de la mode, les gens non seulement pouvaient entrer aux magasins et voir des vêtements aux différentes tailles, mais aussi ils pouvaient trouver des vêtements en double. Par conséquent, on pouvait trouver dix jupes bleues pareilles, six chemises blanches pareilles, quatorze vestes noires pareilles. Cela a franchi les frontières de l'inimaginable.

Cette tendance a suscité le rejet des grands créateurs, car ils affirmaient que Cardin blasphémait pour avoir créé les tailles 34, 38,40, 42, donc, il a été détrôné du monde de la mode de Paris.

Malgré cette situation, petit à petit le « prêt-à-porter » a été accepté socialement, et bientôt on s'est rendu compte de la rentabilité de cette nouvelle tendance osée. Des dessinateurs jeunes ont commencé à suivre Cardin, et plus tard, quelques personnalités de la Haute Couture comme par exemple Yves Saint Laurent et Chanel, l'ont suivi aussi. Dans l'actualité presque toutes les maisons de mode possèdent leur collection prêt-à-porter. Selon la maison, on peut bien remarquer des collections plus sophistiquées.

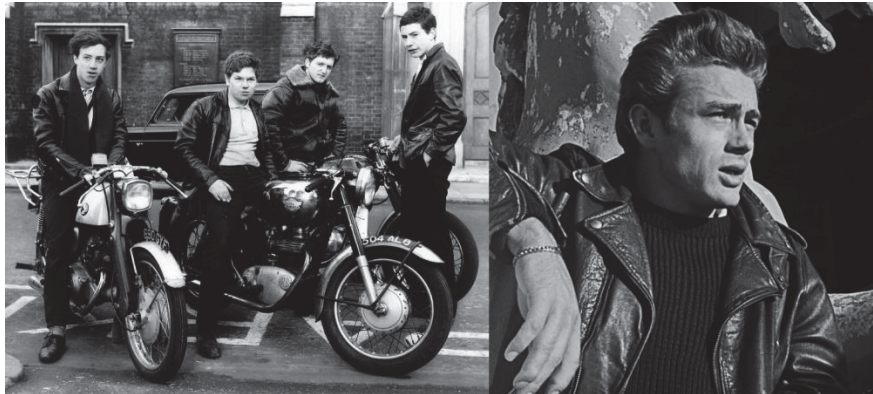
3.2.2. Les tribus urbaines

Grâce à l'essor du « prêt-à porter », des tribus urbaines sont apparues. En d'autres termes, il s'agit des groupes de personnes qui essayent de vivre en marge de la société avec leur propre culture. Ils se différencient des autres grâce à un style vestimentaire particulier. Bien sûr, les membres appartenant à un groupe partagent les mêmes goûts, les mêmes orientations sexuelles ou religieuses, ou encore la même façon de consommer.

Il faut remarquer que le concept « tribu urbaine » est un phénomène propre au XXe siècle, bien que le besoin humain de s'établir dans des groupes ou des clans a toujours existé. Par conséquent, l'appartenance à une tribu ou à un groupe concerne un certain style de vie : une idéologie, un type de musique, et un style vestimentaire.

De cette façon, on peut distinguer les suivantes tribus dans cette période: les « blousons-noirs » et les « yéyés ». À la fin des années 60, le mouvement hippie, venu des États-Unis, s'imposera en France et il connaîtra son apogée pendant les années 70. Toute de suite après, on va essayer de faire une description des groupes qui marquent la période des années 60, en remarquant ses caractéristiques principales.

Les « blousons noirs »



En premier lieu, le terme « Blouson noir » désigne le vêtement qui portaient les pilotes militaires allemands lors de la Première Guerre Mondiale. Il s'agit de la veste en cuir noir, très populaire actuellement. En plus, les membres de la S.S ont porté aussi cette tenue pendant la Seconde Guerre Mondiale. Après les guerres, la veste en cuir noir s'est popularisée parmi les agents de police américains. Il s'agissait d'un vêtement résistant créé pour se protéger. En deuxième lieu, ce terme fait référence à la sous-culture de cette tribu urbaine, apparue dans les années 50. En troisième lieu, au début des années 1960, on pouvait déjà écouter la musique d'un groupe de rock appelé « Les Blousons noirs ». En quatrième lieu, un épisode intitulé « Les blousons noirs » est apparue pendant la saison 5 d'une série télévisée américaine d'science-fiction : « La Quatrième Dimension », diffusée entre 1959-1964 sur le réseau CBS. Apparemment, cet épisode relate l'histoire de trois jeunes motards qui portent des blousons noirs, et qui arrivent dans une petite ville américaine. La réalité : ces jeunes sont des extra-terrestres, et il y a de nombreux autres qui envahissent la Terre, et qui ont l'intention d'exterminer tous les êtres humaines en empoisonnant l'eau potable. L'un d'eux tombe amoureux d'une jeune fille et il tente de l'avertir du danger. Cependant, ce jeune est interné comme fou lorsque le père de la jeune fille appelle le sheriff. Celui-ci est aussi un extraterrestre.

Une fois établis les concepts qui font référence au terme « blouson noir », cette partie va se centrer sur la tribu urbaine. Après, on parlera aussi du groupe de rock.

Les blousons noirs ont constitué une sous-culture juvénile qui est apparue en France dans les années 1950. Cependant, ce mouvement a connu son apogée entre 1958 et 1961 et il a été influencé par la culture américaine, possédant un code vestimentaire particulier et associé au « rock and roll ».

Les « blousons noirs » étaient des jeunes adolescents (15-16 ans), surtout des garçons. Ils se groupaient en bandes où les adultes n'étaient pas admis. Par conséquent, cela impliquait déjà une attitude de refus face à la société des adultes. On pouvait les reconnaître principalement par les suivantes caractéristiques : les vestes en cuir noir qu'ils portaient, le « rock and roll », et les grandes motocyclettes qu'ils conduisaient. Parmi leurs idoles, on pouvait trouver : Marlon Brando, James Dean, Gene Vincent, Eddie Cochran et Vince Taylor.

Malheureusement, la violence faisait partie de cette tribu urbaine. L'excès et la délinquance juvénile étaient présents dans la vie de ces adolescents. Ils faisaient peur à la société car ils mettaient en question ses certitudes et refusaient ses codes, de telle manière qu'ils se moquaient de tout et ne croyaient en rien. En d'autres termes, ils se sont révoltés contre l'ordre établi. Par conséquent, entre 1959 et 1963, des nombreux faits divers concernant la violence des « blousons noirs » sont apparus dans la presse régionale. Ces jeunes sont considérés comme dévoyés, violents, voleurs et violeurs même. Cette jeunesse semblait avoir perdu tous les repères moraux.

La chaîne de télévision française France 3 a émis un documentaire à propos des « blousons noirs », où l'on peut trouver Jean-Pierre et Gérard, deux hommes qui ont fait partie de cette tribu urbaine pendant les années 60. Ils parlent de leur jeunesse liée à la délinquance juvénile et racontent pourquoi ils ont adopté cette attitude de révolte. En bref, comme le personnage principal (interprété par James Dean) du film « Rebelle sans cause », ces jeunes violents n'étaient pas d'accord avec les normes de la société.

En outre, RTVE, la grande chaîne publique de la télévision espagnole, a émis un documentaire appelé : « Esos jóvenes descarriados » pour faire référence aux « blousons noirs ». D'une façon générale, on peut apprécier les actes de vandalisme provoqués par ces groupes de jeunes inadaptés. Les lieux fréquentés, les loisirs...et en définitive, leurs modes de vie, constituent ce documentaire.

Au même temps, des sous-cultures similaires ont fleuri dans d'autres pays: les « halbstarks » en Allemagne, en Autriche et en Suisse ; les « teddy boys » et les « rockers » en

Angleterre ; les « nadsack » en Irlande ; les « raggare » en Suède ; les « nozem » en Hollande ; les « bodgies » en Australie ; les « ducktails » en Afrique du Sud.

Comme on a vu précédemment, au début des années 1960, on pouvait déjà écouter la musique d'un groupe de rock appelé « Les Blousons noirs ». Cette bande venant de Bordeaux, était composée de 4 membres anonymes qui ont sorti deux uniques EP, respectivement en 1961 (EP « Spécial Rock »), et 1962 (EP « Spécial Twist »), sur le label Guilain. Cela constitue un total de 8 titres essentiels pour comprendre un type de rock primitif et sauvage.

Malgré sa carrière éphémère, on peut trouver des chansons comme *Depuis que ma mère, Hey Pony, Eddie sois bon, Twist à St Tropez*. Ces titres ont été repris respectivement par quelques auteurs tels que Johnny Hallyday (les deux premiers), « Les Chaussettes noires » et « Les Chats sauvages ».

On peut déjà observer comme la philosophie de la tribu urbaine « blouson noir » s'exprime à travers l'usage d'un moyen de communication comme la musique, c'est-à-dire, à travers de ce premier groupe de rock. Et non seulement ces idées s'expriment musicalement mais aussi esthétiquement : elles se reflètent lorsque les 4 composants décident d'utiliser la même photo pour la pochette des 2 disques EP. Cela renforce l'idée de se moquer de tout, de ne croire en rien.

Même s'il y a des différentes opinions en ce qui concerne cette bande singulière et avec un style propre, ce groupe rocker pourrait être considéré comme précurseur de l'esprit DIY (« Do it your self ») et du mouvement Punk (une autre tribu urbaine comme on le verra dans le chapitre 3.3.2).

Il est intéressant de remarquer un autre groupe de musique apparu également en 1960 et originaire de Bordeaux appelé « Tony March et Ses Blousons Noirs ». Selon le label de rock français indépendant appelé « Born Bad Records » on peut confirmer que « Les blousons noirs » n'ont rien à voir avec ce groupe de Tony March, surnommé l'Elvis d'Aquitaine.

En 2015, Aaron, un duo musical français chantant généralement en anglais, a sorti le single intitulé *Blouson noir*. Au début de cette chanson on peut déjà apprécier l'idée de désespoir, de refus :

I wear my blouson noir, cause I have no espoir. (Je porte mon blouson noir, parce que je n'ai aucun espoir).

Toute de suite après, on peut trouver une sélection de phrases qui pourraient appartenir à cette idée de « jóvenes descarrados » dont on parlait le documentaire de RTVE précédemment. L'idée d'obscurité, noirceur, se reflète parmi ces extraits pour confirmer peut-être l'excès, le caractère de ces blousons noirs délinquants.

Give me my blouson noir (Donnez-moi mon blouson noir).

My blackness calls me back (Ma noirceur me rappelle).

Here in the city of my sleepless (Là dans la ville de mes insomnies).

Wanderings I roam roam again (Déambulations j'erre à nouveau).

I need my blouson noir (J'ai besoin de mon blouson noir).

Reflection of my heart (Reflet de mon cœur).

The darkness is too deep (L'obscurité est trop profonde).

À partir de la sous-culture des « blousons noirs », les « yéyés » et beaucoup d'autres modes adolescentes postérieures ont surgi.

Les « yéyés »



Probablement, on a entendu parler du style yéyé, de la musique yéyé ou de « la chica yéyé » en espagnol et peut-être on s'est posé les questions telles que : d'où vient cette expression ? Qu'est-ce que cela veut dire ? S'agit-il d'un concept qui appartient à la mode ou il est plutôt attaché à la musique ? Quelle importance a-t-il ? Toute de suite après, on va

essayer de répondre à ces questions pour bien définir ce concept et pour expliquer sa répercussion dans le monde de la musique et de la mode.

Tout d'abord, si on cherche le mot « yéyé » dans le Wiktionnaire on trouve la suivante définition :

L'interjection « yéyé » est, au départ, la transcription française de « *yeah* », une déformation de « *yes* » (oui), souvent répétée (« *yeah! Yeah!* »), qui ponctue les chansons de rock et de twist américaines très appréciées des jeunes. Les paroliers (traducteurs-adaptateurs) préfèrent « yé » à une traduction plus littérale en « ouais.

En plus, Stéphane Ollivier affirme qu'il s'agit d'un

néologisme construit sur le redoublement de l'onomatopée anglo-saxonne "yeah" ponctuant nombre de chansons rock de l'époque, le mot "yéyé" - passablement péjoratif à l'origine (il s'agissait à travers lui de dénoncer l'inanité d'une "sous culture" jeune vide de sens) - fut très rapidement repris et récupéré par les acteurs du mouvement qu'il entendait dénoncer, et servit bientôt à regrouper et définir tout un groupe d'artistes n'ayant souvent en commun que d'être jeunes et de chanter en Français des adaptations plus ou moins inspirées de grands classiques du rock anglo-saxon.¹

Par conséquent, l'expression « yéyé » s'agit, sans doute, d'une francisation du mot *yeah* en anglais et désigne un style de musique pop qui s'est popularisé très vite en France, en Italie, et dans une grande partie d'Amérique Latine au début des années 1960.

Ce mouvement est né au programme *Salut les copains*, créé par Lucien Morisset et présentée par Daniel Philippaci, une émission quotidienne sur la station de radio Europe 1 diffusant exclusivement ce genre de musique. Le succès du programme a été immédiat. En plus, il y avait une section intitulée *Le Chouchou de la Semaine* constituant, très vite, le point de départ d'une longue carrière pour plusieurs artistes « yéyés » étant donné que toutes les chansons apparues dans cette section s'installaient tout de suite aux premiers postes des listes musicales. En 1962, la parution du magazine *Salut les copains* a eu lieu pour la première fois en France. Il faut remarquer que l'année suivante (le 12 juin 1963), cet événement a réuni sur la place de la Nation à Paris près de 200.000 jeunes pour célébrer le premier anniversaire de la revue. Plus tard, elle a été aussi publiée en Allemagne, en Espagne et en Italie avec un grand succès.

¹ <http://fresques.ina.fr/jalons/fiche-media/InaEdu04747/le-mouvement-yeye.html>7

Les filles yéyés



France Gall

Comme on a vu précédemment, « les blousons noirs » étaient une tribu urbaine composée principalement de jeunes hommes. Par contre, le « yéyé » a été le premier mouvement conduit par les femmes. Néanmoins, on peut confirmer l'existence de certains représentants masculins dans ce groupe, comme par exemple Richard Anthony ou Michel Polnareff. Normalement, ces hommes possédaient une attitude romantique et naïve. Cependant, Serge Gainsbourg, qui avait composé une grande partie des chansons interprétées par ces filles, ne montrait pas la douce et innocente attitude caractérisant les garçons yéyés. Jacques Dutronc, Michel Berger ou Johny Halliday n'appartenaient non plus à ce groupe des yéyés sensibles. En Espagne, Raphael ou d'autres comme Mochi ont été les représentants masculins.

En revenant aux filles, les adolescentes de cette époque se sont identifiées pour la première fois avec leurs idoles, étant donné que les chanteuses étaient aussi des très jeunes adolescentes, comme France Gall. Elle a enregistré son premier album à l'âge de 14 ans et elle avait à peine 17 lorsqu'elle a gagné le concours d'Eurovision en 1965 (représentant le Luxembourg). En plus, les thèmes des chansons parlaient du premier amour et d'autres sujets naïfs. Le thème de la sexualité était présent aussi. Serge Gainsbourg considérait France Gall comme « la lolita française ». En plus, Serge a composé pour France Gall la chanson *Les sucettes* possédant un double sens sexuel. Selon les historiens, au premier moment Gall ne s'est pas rendu compte du double signifié. Quand France Gall a apprécié le message caché, elle a interrompu sa collaboration avec Gainsbourg mais plus tard elle a fait d'autres chansons avec lui comme par exemple *Les petits ballons* (1972) d'un haut contenu sexuel implicite.

Comme on a affirmé précédemment la plupart des chansons montraient le thème de l'amour naïf, comme par exemple *Un jour comme un autre* de Brigitte Bardot, *Tous les garçons et les filles* de Françoise Hardy. Sylvie Vartan a été une autre fille yéyé très importante. Françoise Hardy, Sylvie Vartan et Brigitte Bardot, ces jeunes artistes font partie d'une époque de progrès et contestation dans le monde de la mode.

Il faut remarquer une autre femme qui a marqué cette période, elle s'appelle Annie Chancel mais elle était connue comme Sheila, qui a été à un certain moment la femme la plus populaire parmi les chanteuses yéyées. Elle est née à Creteil en 1945. Annie faisait des études de comptabilité et elle travaillait dans la confiserie de ses parents. En même temps, elle faisait partie du groupe « Guitar Brothers ». Après, elle a enregistré *Jolie Petite Sheila* avec le producteur Claude Carrère et en 1963 *L'école est finie*. Grâce à ces chansons elle a conquis le public qui a fait possible son succès. En 1989, sa carrière est finie après avoir vendu plus de 60 millions d'albums. Cependant, elle a donné des concerts à la salle Olympia en 1998, en 1999 et en 2001. En plus, elle a enregistré trois nouveaux disques. Le thème *Bang bang*, interprété en anglais par Nancy Sinatra, appartient à Sheila (1966). En ce qui concerne la mode, la jupe écossaise et les collants cubains faisaient partie de son image dans les années 60, comme l'on verra toute de suite après :



Actuellement, Sheila continue avec sa carrière et elle offre des concerts en France.

D'autres représentantes féminines yé-yés en France ont été importantes comme Clothilde, Jane Birkin, Jacqueline Taïeb, Stella, Petula Clark, Ria Bartok o Anna Karina.

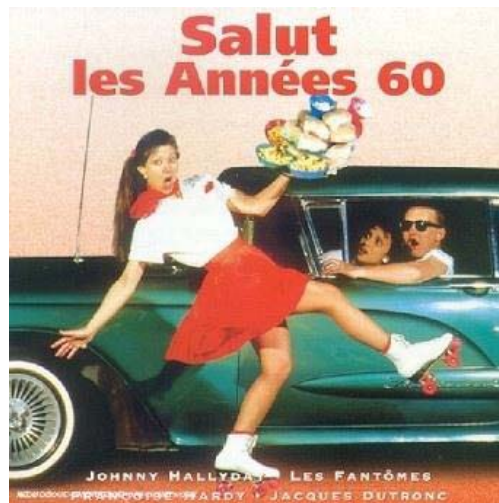
Néanmoins, Il faut remarquer que même si le mouvement yé-yé est né en France, il a été aussi un phénomène européen. En Italie, Rita Pavone représentait la fille yé-yé traditionnelle, d'un visage enfantin. Parmi ses chansons les plus connues on peut trouver : *Che m'importa del mondo* ou *Come te non c'è nessuno*. En Espagne, Entre 1963 et 1968, Marisol, Rosalía, Lita Torelló, Salomé, Lorella, Gelu o Rocío Dúrcal ont eu un grand succès dans ce mouvement.

Actuellement, on peut découvrir l'influence yé-yé dans certains groupes espagnols comme « La Casa Azul » « Les Très Bien Ensemble » o « Cola Jet Set », au Royaume-Uni on trouve « The Pipettes » et « Belle and Sebastien ». Aux États-Unis, April March (chanteuse américaine chantant en anglais et en français) a fait quelques reprises de chansons de France Gall.

Comme on a pu observer, l'expression yé-yé est née au sein d'un style musical bien différencié à l'époque. Cependant, tout ce qui est autour de cette sous-culture n'est pas que de la musique, le terme « yéyé » désigne aussi un phénomène concret et de la mode en général des années 1960. Notamment, la minijupe, la robe trapèze, les collants (simples et de couleurs vives), les pantalons serrés, les vestes cintrées, le monokini caractérisent cette décennie où la silhouette se rajeunit. Cette époque est également marquée par les imprimés de couleurs vives et acidulées : fleurs, pois, rayures, ondes, damiers, losanges.

L'actrice française Sarah Bernhardt a osé porter des pantalons sur scène à la fin du XIXème siècle mais il faudra attendre jusqu'aux années 60 où les femmes commenceront à porter des pantalons pour travailler et pour les fêtes, étant donné que dans les années précédentes ce vêtement était considéré comme antinaturel et non attractif pour les femmes : il était accepté au travail, dans les usines ; quelques femmes le portaient à la maison. Au début des années 1960, il existait encore le refus pour le pantalon : l'entrée aux établissements formels et restaurants était interdite pour les femmes habillées avec cette tenue. L'élégant tailleur-pantalon d'Yves Saint Laurent de 1966, connu comme Le Smoking, a été au début un thème polémique. Finalement, il a été accepté et toutes les femmes ont reçu le respect qu'elles méritaient et pouvaient porter des pantalons. Cependant, c'est à la fin de cette décennie que les filles adoptent vraiment les « blue jeans ».

La mini-jupe

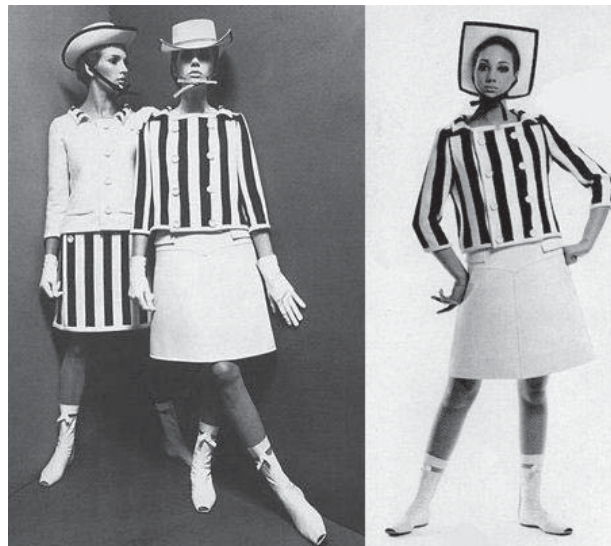


On peut déjà apprécier que la société commence à changer, elle commence à progresser mais sans doute, la tenue qui a provoqué un très grand impact à ce moment-là et qui serait présente dans la mode pour toujours est la mini-jupe, étant donné qu'aujourd'hui elle continue à être à la mode. Ce vêtement est devenu l'une des plus grandes révolutions de la mode du XX^{ème} siècle.

La dessinatrice britannique Mary Quant a commencé à coudre pour faire face à la frustration que la mode apprêtée des années 1950 a provoquée parmi les jeunes filles. Pour cette raison, elle a créé des robes évasées, amples et confortables et en 1958, la célèbre créatrice a commencé à dessiner les premières minirobes. Au début, ces modèles très courtes étaient associées aux vêtements pour les enfants. Cependant, après, les créations de Quant se sont bien vendues et ont obtenu un grand succès comme par exemple : la minirobe « tent » (1960), la robe très courte sans manches avec jupe plissée, et la robe courte à boutons, parmi d'autres. En outre, Mary Quant a créé le look « lolita », connu également comme « schoolgirl » ou « good girl ». Pour cela, elle a utilisé de nouveaux matériels et accessoires, Par exemple, le PVC pour les cirés dans le but d'obtenir un effet mouillé. En plus, la styliste a dessiné un logo de marguerites qu'on peut encore apprécier dans les cosmétiques de Mary Quant. Il faut remarquer que cette dessinatrice a introduit une nouvelle coupe de cheveux d'un style court et géométrique grâce au célèbre coiffeur Vidal Sassoon.

On disait que plusieurs pays étaient scandalisés à cause des vêtements tellement courts de Quant. En 1969, Coco Chanel, qui avait elle-même, pourtant, scandalisé avec ses créations dans les années 20, a prononcé les mots suivants : "C'est affreux tout ça. C'est affreux de faire voir ces genoux". (...) "Je me suis battue (...) contre ces robes courtes. Je trouve ça indécent".¹

Néanmoins, en France, le dessinateur André Courrèges en s'inspirant de la mode britannique a introduit la mini-jupe au début des années 1960. Selon l'historien de la mode Laurent Cotta, "la mini-jupe, c'était une façon de se rebeller, de revendiquer une sensualité, un accès à la sexualité. En la mettant, on était sûr de déplaire à ses parents".² André a démocratisé la mini-jupe en France. Son costume le plus connu est composé d'une veste croisée à rayures larges et une jupe évasée :



Ce vêtement a été copié par le monde entier et il pouvait s'acquérir à différents prix. Comme Mary Quant, on disait que les créations de Courrèges possédaient un air enfantin, étant donné que parmi les accessoires indispensables on pouvait trouver : un casque avec jugulaire, un chapeau qui ressemblait aux bonnets pour les bébés, un chapeau de cowboy et des bottes plates blanches en plastique. Elles appartiennent à l'ère spatiale de la mode où Courrèges a lancé sa collection « Space Age » en 1964 : les vêtements étaient lourds, larges et sans mouvement. Ce look n'a pas eu un succès universel. Cependant, les bottes plates blanches, connues comme « les bottes style Courrèges », sont devenues l'un des accessoires iconiques de l'époque.

^{1,2}. <http://tempsreel.nouvelobs.com/societe/20140207.AFP9504/la-mini-jupe-scandaleuse-des-sixties-devenue-un-basique.html>

Après Courrèges, d'autres dessinateurs comme Yves Saint Laurent et Pierre Cardin ont adopté la mini-jupe. Les dessins de Cardin se caractérisaient par l'air robotisé et les micro-jupes, plus courtes que les modèles de Quant. En plus, il a introduit le vinyle, et la peau en argent. L'style d'Yves Saint Laurent était emprunté d'élégance : le smocking, le tailleur-pantalon. Lui-même, il a avoué « Je m'enlissais dans l'élégance traditionnelle. Courrèges m'en a sorti » (1993, Laurence Benaïm, *Yves Saint Laurent*, p.138).

3.2.3. Les médias

La mode, comme sujet d'actualité, a été diffusée par les différents moyens de communication tels que la presse et la télévision et aussi à travers du cinéma et la musique.

1. La Presse

En ce qui concerne la presse féminine, ce sont les revues illustrées telles que *Marie Claire*, *Paris Match*, parmi d'autres, qui ont reflété les tendances de mode de l'époque.

MARIE CLAIRE : Le premier magazine féminin moderne



Marie Claire a été la première revue moderne créée en 1937 par Jean Prouvost. Le public féminin s'est intéressé immédiatement à ce magazine. Cependant, l'activité est interrompue en 1942, comme la plupart des titres de presse qui ont été durement touchés par la guerre.

Selon le clergé, cette revue était considérée comme « une menace à la chasteté et à la fidélité ».¹ En conséquence, Marie Claire est devenu le premier magazine féminin moderne étant donné qu'il revendiquait l'émancipation de la femme et son progrès dans la société. Malgré son interruption en 1942, Marie Claire est réapparu en 1954. À partir de cette année, les lectrices et aussi les lecteurs ont pu acquérir la revue mensuellement.

En 1976, Évelyne, la fille de Jean Prouvost, a pris la direction de la revue et en 2004, elle a cédé sa place à son fils Arnaud de Contades. Actuellement :

Marie Claire est un magazine féminin mensuel édité par le groupe de presse du même nom. Ce magazine, qui s'est vendu à plus de 420.000 exemplaires en 2005-2006 en France, se caractérise par la diversité de ses rubriques. Ses pages sont consacrées à la mode et aux cosmétiques, au tourisme, à la culture (cinéma, littérature, musique, spectacles et expositions), ainsi qu'aux conseils pratiques et recettes de cuisine, sans oublier les jeux-tests et l'horoscope. En 2006, Marie Claire était édité dans 24 versions différentes dans le monde (dont l'Afrique du Sud, la Chine, les États-Unis, la Russie, l'Inde et le Japon) et faisait l'objet d'adaptation sous licence aux États-Unis et au Royaume-Uni.²

PARIS MATCH : Le premier magazine français d'actualité



^{1,2} <https://www.gralon.net/articles/news-et-media/magazines/article-marie-claire---le-premier-magazine-feminin-moderne-1370.htm>

En 1928, Leon Bailby a créé le hebdomadaire sportif « Match ». Dix ans après sa création, Jean Prouvost a décidé de racheter le titre de presse et de le transformer en un grand magazine d'actualités (1,4 million d'exemplaires vendus en 1939). « Match » a cessé de paraître lors de la Seconde Guerre Mondiale. C'est en 1949 quand le magazine est paru pour la première fois sous le nom de « Paris Match ». Sur la couverture de ce premier numéro publié le 25 mars 1949, on trouve l'image de Winston Churchill, parmi d'autres, comme on peut l'apprécier tout de suite dans l'image en bas à gauche :



Ce nouveau magazine s'est inspiré des revues américaines telles que *Life* et *Times* pour le traitement de l'actualité et de la présentation (comme par exemple, de nombreuses photographies).

Paris Match a connu un grand succès jusqu'en 1958 : il a diffusé près de deux millions d'exemplaires. Cependant, entre 1958 et 1976 une baisse de ventes s'est produite à cause de la télévision. À partir de 1976, le magazine est repris par Daniel Filipacchi et dirigé par Roger Théron jusqu'en 1999. Grâce à l'intervention de ce dernier la diffusion du magazine s'est redressée avec succès.

Actuellement, Paris Match est un magazine hebdomadaire d'actualités et d'images qui appartient au groupe de presse Hachette Filipacchi Médias (HFM). Longtemps paru sous la célèbre devise "Le poids des mots, le choc des photos", ce titre a adopté en janvier 2008 une nouvelle devise : "La vie est une histoire vraie". En 2007, le magazine, qui comptabilise près de 4,6 millions de lecteurs, a enregistré une progression de ses ventes de 14, 5%. De plus, sa diffusion payée en France est passée de 605.000 exemplaires en 2006 à 655.000 exemplaires en 2007.¹

Il faut remarquer que Paris Match couvre l'information actuelle aux niveaux national et international : il aborde des sujets politiques, culturels et en plus, il dédie un espace à la vie privée des célébrités. En outre, le magazine montre des personnalités importantes telles que Brigitte Bardot, Alain Delon, Jacques Chirac, François Mitterrand ou le pape Francisco.

De cette façon, on peut trouver plusieurs couvertures consacrées à Brigitte Bardot. En tête du paragraphe « Paris Match », on peut apprécier l'une de ces couvertures. Il s'agit du n° 1068 du 25 octobre 1969.

Même si « Paris Match » n'a jamais été un magazine de mode, il faut remarquer l'importance de cette revue. Les nombreuses photographies de femmes ont permis au grand public de suivre la mode tout au long des années.

¹. <https://www.gralon.net/articles/news-et-media/magazines/article-paris-match---le-premier-magazine-francais-d-actualite-1782.htm>

2. La télévision : Les Speakerines



Catherine Langeais

Comme nous trouvons dans le dictionnaire Larousse un « speaker » ou une « speakerine » se définit comme un synonyme du terme vieilli « annonceur », c'est-à-dire, la « personne qui présente les programmes à la radio ou à la télévision ». ¹ C'est un terme apparemment d'origine anglaise, mais qui est, en réalité, créé par les français pour ce métier à la télévision.

Les speakerines sont nées en même temps que la télévision et elles sont rapidement devenues des premières « stars » de la télévision française. Ces présentatrices vont refléter la mode: les vêtements, les coiffures, le comportement, etc.

D'abord, la première speakerine connue a été Suzy Wincker, qui est apparue le 8 décembre 1935, lorsque la télévision n'était qu'expérimentale. Au cours des années 60, Catherine Langeais, Jacqueline Huet, Anne-Marie Peysson et Christiane Rabiega, parmi d'autres, étaient très populaires à la télévision française.

En 1957, Pierre Tchernia (1928-2016), l'un des présentateurs pionniers de la télévision française, nous a fait découvrir la profession des speakerines dans une émission spéciale : Catherine Langeais (connue comme l'une des plus populaires aux années 60), Marianne Lecène et Jacqueline Caurat répondent aux questions des filles qui veulent avoir des renseignements sur le métier de speakerine. Par conséquent, Pierre Tchernia est l'intervieweur qui pose ces questions aux jeunes présentatrices. En plus, dans cette émission, on peut y trouver d'autres speakerines en France comme Jacqueline Ceinturel à Strasbourg, Lucienne

¹. http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/speaker_speakerine/74072

Blanc Bernard à Lyon, Josiane Bouchet et Christiane Rabiega à Lille ou Anne Marie Peysson à Marseille.

Tout d'abord, Pierre Tchernia rencontre Catherine Langeais et lui demande d'expliquer la profession de speakerine. D'après elle, le mot « profession » n'est pas très approprié et elle affirme : « il s'agit plutôt d'un rôle que nous jouons dans un grand ensemble à grand spectacle, en quelque sorte, qui est la télévision ».²

Sans doute, la mission des speakerines était celle d'annoncer les programmes à la télévision. Cependant, même si ce métier pouvait sembler une tâche facile, il ne l'était pas. Catherine Langeais raconte les avantages et les inconvénients d'être speakerine. D'un côté, le principal avantage était la sympathie des gens, c'est-à-dire, elles étaient aimées par des milliers de personnes. En conséquence, les speakerines devenaient très célèbres grâce au public.

D'un autre côté, on peut trouver les suivants inconvénients : la lumière dans les yeux, d'après Catherine, cette lumière était « extrêmement violente »³ ; les longues heures que les speakerines devaient passer dans le studio avant de lancer les émissions ; et surtout, la mémoire qu'il fallait avoir pour retenir les horaires des programmes, étant donné que les speakerines, à cette époque-là, elles n'avaient pas de tableau. Cela ne serait pas possible parce que de cette façon elles devraient regarder simultanément le tableau et la caméra. Par conséquent, ce fait donnerait l'impression de ne pas parler directement au public. Catherine Langeais a affirmé que ce métier « c'est une profession qui n'est pas tellement bien payée ».⁴

En outre, Pierre Tchernia demande à Catherine quelles sont les conditions pour être une bonne speakerine. En premier lieu, et comme on a discuté précédemment, il fallait avoir une bonne mémoire. En second lieu, avoir une culture générale, avoir le baccalauréat. En troisième lieu, être belle ou comme Catherine Langeais a affirmé : « ne pas être trop laide ».⁵ En quatrième lieu, il fallait bien s'habiller, et d'une façon à plaire à tous. C'était une question difficile parce qu'elles ne pouvaient pas plaire à tout le monde. Cependant, on peut bien remarquer que les speakerines étaient toujours assez bien vêtues : elles portaient des vestes, des jupes longues ou des jupes midi, des blouses et des chemises.

En ce qui concerne la coiffure, elles portaient les cheveux courts et bouclés. C'est Marianne Lecène qui raconte à Pierre Tchernia les techniques de maquillage qu'elles employaient. Par exemple, Catherine Langeais et Jacqueline Caurat utilisaient le fond de teint,

alors qu'elle préférait plutôt la poudre et les yeux de biche. En plus, Jacqueline Caurat nous montre dans l'émission quelques produits de maquillage comme le rouge à lèvres.

En résumé, les speakerines étaient toujours belles et élégantes. Ces communicatrices étaient à la mode et elles inspiraient des nombreuses filles qui voulaient devenir des speakerines elles aussi ou au moins être toutes aussi belles et élégantes.

Néanmoins, leur rôle a été contesté vers le milieu des années 1980. Par conséquent, à partir de ces années, elles ont commencé à disparaître. Même si certaines d'entre elles sont devenues plus tard des animatrices ou des présentatrices, le métier des speakerines est fini en 1992 sur TF1 et France 2, et en 1993 sur France 3. Les speakerines ont été remplacées par les bandes annonces en voix-off.

3.2.4 Cinéma et Musique : Icônes de la Mode.

Comme on a affirmé auparavant, les années 1960 ont constitué l'une des époques les plus révolutionnaires dans le monde de la mode, étant donné qu'un changement drastique s'est produit par rapport aux années 1950 : au début, la mode servait à remarquer la féminité et l'appartenance sociale, mais dans la décennie des années 60 les femmes ont commencé à s'habiller pour revendiquer leur participation dans le monde, pour se libérer des contraintes sociales qui les opprimait. En d'autres termes, les années 1960 sont synonymes de progrès et contestation. Cela a été possible grâce aux nombreuses icônes de l'époque telles que Cher (États-Unis), Twiggy (Royaume-Uni), Edie Sedgwick (États-Unis), parmi d'autres.

En France, Brigitte Bardot (actrice, mannequin et chanteuse), Françoise Hardy (chanteuse et actrice), Sylvie Vartan (chanteuse) ou Catherine Deneuve (actrice), parmi d'autres, constituent les icônes du cinéma et de la musique pendant les années 1960. Plus tard, elles sont devenues des vraies icônes de la mode. Et pour représenter cette émancipation des femmes qui de mieux que Brigitte Bardot en tant que figure de la libération et icône sexuelle ? Toute de suite après, on se centrera sur l'exemple de cette femme : on essayera de définir l' style et l'influence de Brigitte Bardot dans le monde de la mode.

BRIGITTE BARDOT : L'icône de la libération des femmes et symbole sexuel.



Brigitte Anne-Marie Bardot (1934, Paris - Actualité), connue comme Brigitte Bardot ou sous les initiales de « B.B », est une actrice de cinéma, mannequin, chanteuse et présidente de la fondation « Brigitte Bardot » consacrée à la défense des animaux.

Pendant ses 21 ans de carrière, elle a participé dans 45 films et elle a interprété plus de 70 chansons. Brigitte Bardot est l'une des artistes françaises les plus célèbres au monde. En plus, elle est reconnue comme l'une des « stars » du cinéma européen après la Seconde Guerre Mondiale. En 1973, elle a décidé d'arrêter sa carrière et en 1986, elle a créé la fondation « Brigitte Bardot » pour la défense des animaux.

En tant que figure féminine des années 1950 et 1960, Brigitte a obtenu un tel succès qu'elle a été reconnue comme une star internationale, elle a représenté le symbole de l'émancipation des femmes et de la liberté sexuelle. En d'autres termes, elle a été le « sex-symbol » des années 1960.

Après, elle est devenue une vraie icône du monde de la mode en France et dans le monde entier. Des magazines, des stylistes, des mannequins, et d'autres artistes ont imité son style. Par conséquent, sa figure, ses coiffures et son maquillage ont été copiés partout. Toute de suite après, on verra les traits et les éléments caractéristiques qui constituent l'identité de Brigitte Bardot.

1. L'eye-liner noir



L'eye-liner noir intense, combiné avec le rimmel et le fard à paupières effet fumé. Cette technique de maquillage a été imitée par de nombreuses célébrités et modèles, comme par exemple, Kate Moss.



Kate Moss

2. La coiffure



Au cours des années 1950 et 1960, Brigitte Bardot portait les cheveux longs, blonds, raides ou crêpés avec sa frange très populaire. Cependant, on peut trouver plusieurs photographies où elle ne porte pas la frange. En plus, parfois à la place des cheveux détachés, elle a porté sa célèbre « Choucroute » (les cheveux repris dans un chignon crêpé dans le haut de la tête et quelques mèches légèrement ondulées et détachés, avec une frange).

Le style de coiffure Bardot a été très caractéristique et elle a été imitée dans les revues de mode par certaines modèles telles que Claudia Schiffer ou Lara Stone :



Brigitte Bardot

Claudia Schiffer



Lara Stone

Brigitte Bardot

De la même façon, Patricia Conde, une présentatrice qui a imité son style de coiffure dans les émissions de la télévision espagnole, joue actuellement le rôle de « B.B » dans la série télévisée espagnole intitulée « Velvet ». Toute de suite après, on pourra apprécier que la jeune présentatrice a l'air de la muse Brigitte Bardot. Et ce n'est pas uniquement grâce à la coiffure mais aussi grâce aux traits du visage :



Même si Brigitte Bardot a montré au monde ses cheveux blonds, l'actrice française avait des très beaux cheveux longs bruns auparavant. À ce moment-là, elle possédait déjà une grande beauté mais elle est devenue célèbre grâce au film « Et Dieu... créa la femme » (1956) dirigé par son mari Roger Vadim. De cette façon sa chevelure blonde platine est connue et devenu très célèbre.

3. Les accessoires



Brigitte Bardot adorait les accessoires pour les cheveux comme les serre-têtes et les chapeaux, comme on peut l'apprécier dans l'image ci-dessus.

En plus, elle adorait les fleurs. Les roses et les marguerites étaient ses préférées. De cette façon elle avait un air hippie et romantique, comme l'on peut apprécier tout de suite :



4. Les vêtements

Entre 1950 et 1970 Brigitte Bardot a su comment être à la mode. Les différents looks de Bardot avaient un air de jeunesse, naturel et bien sûr, sexy. Les robes ou les pantalons ont fait partie de son garde-robe. Mais sans aucun doute, pendant les années 1960 l'actrice a porté dans plusieurs occasions la mini-jupe et les bottes hautes en remarquant son côté sexy. Toute de suite après, on montre une image de Bardot qui pourrait fait penser à l'actrice américaine Julia Roberts dans le film « Pretty Woman » (1990).



En plus, il faut remarquer que l'actrice a popularisé le célèbre top à épaules dénudées, connu plus tard comme le « top bardot ».



Au cours des années 1960, B.B a porté le monokini, comme on peut voir dans l'image toute de suite après :



Il faut remarquer que Brigitte Bardot a toujours représenté la sensualité dans les photographies érotiques où l'on peut apprécier ses dents séparés, ses grosses lèvres et ses longs cheveux blonds. De cette façon, l'actrice est devenue un mythe sexuel. Voici quelques images qui montrent le côté sexy de B.B :



3.3. Années 70 et 80

3.3.1. Fashion Week de Paris

La Semaine de la Mode à Paris, internationalement reconnue comme « la Paris Fashion Week » est aujourd'hui l'un des plus grands événements de mode dans la capitale française. Mais on ne peut pas parler de cela sans discuter au préalable de la Fédération de la Haute Couture et de la Mode. On connaîtra un peu l'histoire de cette organisation.

Le premier défilé de mode a eu lieu au XIX^e siècle. C'est en 1858 quand Charles Frederick Worth, un couturier français d'origine britannique, considéré comme le père de la haute couture, a fait défiler, pour la première fois, ses créations sur de vrais mannequins dans les salons parisiens. Le public était féminin, elles étaient des femmes d'une situation aisée. Il faut remarquer que Charles Worth a été le premier aussi à réaliser les collections sur des mannequins en chair et en os.

Plus tard, en 1868, dans le but de développer l'industrie de la mode en France, Worth a contribué à la création de la première chambre syndicale de la mode parisienne, sous le nom de « Chambre Syndicale de la Couture, des Confectionneurs et des Tailleurs pour Dame », mais en 1910 elle est devenue la « Chambre Syndicale de la Couture Parisienne ». Cependant, en 1945, elle est dénommée la « Chambre Syndicale de la Haute Couture ».

En 1973, l'union entre les créateurs de mode et les grands couturiers a permis de créer deux nouvelles affiliations: la « Chambre Syndicale du Prêt-à-Porter, des Couturiers et des Créateurs de Mode » et la « Chambre Syndicale de la Mode Masculine ».

Le 8 octobre 1973, ces trois chambres se sont associées pour donner lieu à la création de la « Fédération Française de la Couture, du Prêt-à-Porter, des Couturiers et des Créateurs de Mode ». Cette organisation a conservé son nom jusqu'au 29 juin 2017 lorsqu'elle est devenue la « Fédération de la Haute Couture et de la Mode ».

En 1973, La Fédération a organisé la Semaine Officielle de la Mode Parisienne au Palais de Versailles. C'est-à-dire, il s'agit de la première « Paris Fashion Week » de l'histoire.

Cependant, il faut remarquer que la semaine de la mode n'était qu'à Paris. Les défilés existaient déjà auparavant.

En 1943, Eleanor Lambert, une célèbre publicitaire de mode, a organisé la « Press Week » à New York. Cet événement est créé lors de La Seconde Guerre Mondiale. A ce moment-là, l'occupation de la France par les nazis a mis un coup d'arrêt aux présentations de mode parisiennes. La « Press Week » s'agissait d'une sorte de fashion week mais plus petite et intime, étant donné que cela était exclusivement réservé aux journalistes. L'objectif était celui de mettre en avant la création de mode américaine. De cette façon, les modèles des dessinateurs américains ont commencé à être reconnus.

Après le succès de cet événement, les premières présentations de mode italienne ont eu lieu à Florence en 1952. Un peu plus tard, en 1957, vu le grand succès, ces présentations sont transférées à la capitale italienne. Et c'est en 1975 lorsque Milan a officialisé sa semaine de la mode ou « la Settimana Della Moda ». Comme on a discuté précédemment, le début des défilés américains s'est produit en 1943. En outre, il faut ajouter que les présentations anglaises ont commencé en 1984 à Londres. Cependant, la création officielle des Fashion Week de New York et Londres a eu lieu en 1993.

Actuellement, La Fashion Week est un événement de l'industrie de la mode, qui dure environ une semaine, permettant aux stylistes et maisons de couture de présenter leurs dernières collections (automne-hiver, printemps-été). Par conséquent, des défiles se sont présentés deux fois par an dans les quatre grandes capitales de la mode ou dans les « Big four » (appellation courante adoptée par les médias). Traditionnellement, le calendrier de la Fashion Week est établi par un ordre : la première semaine de la mode commence à New York, suivi de celle de Londres. Ensuite, Milan reprend sa place, et pour la clôture de l'événement Paris est la ville élue.

La « Paris Fashion Week » accueille un total de 6 semaines : deux sont réservées à la Haute Couture (janvier et juillet), deux à la Mode Masculine (janvier et juin) et deux autres au Prêt-à-Porter (mars et septembre). Les dates sont toujours confirmées par la Fédération de la Haute Couture et de la Mode. Il faut remarquer que Paris est considérée comme la capitale de la mode parce que c'est la seule à organiser deux semaines par an consacrées à la Haute Couture. Pour cette raison, la « Paris Fashion Week » est la plus importante des quatre semaines internationales de la mode.

D'autres semaines de la mode existent aussi dans les villes de Madrid, Barcelone, Rome, Los Angeles ou Tokyo, parmi d'autres. Généralement, Paris est en tête des « Fashion capitals » ou des capitales de la mode, et elle défend son titre, comme on l'appréciera dans le suivant extrait du journal digital « Les Echos.fr » :

Entre les défilés, la mode continue ... Et Paris a bien l'intention de défendre son rôle de capitale mondiale du secteur. Entendu au sens large et en y ajoutant le parfum/cosmétiques, l'horlogerie et la maroquinerie, il représente pour la France, comme l'ont récemment fait ressortir les fédérations de la Couture et du Prêt-à-Porter féminin, quelque 150 milliards d'euros de chiffre d'affaires dont 33 milliards réalisés à l'export ! Qu'importe si les fashion weeks se sont multipliées partout dans le monde. Toutes ne pèsent pas le même poids face au quatuor de tête constitué par Paris, Milan Londres et de plus en plus New York où se traitent désormais l'essentiel des achats. Face à cette dernière, si Paris réussit à tenir son rang « *c'est par sa capacité à mettre en scène, via les défilés, la totalité de l'écosystème de la mode, ses métiers, ses savoir-faire et ses ateliers* », relève Pascal Morand, président exécutif de la Fédération Française de la Couture, du prêt-à-porter des couturiers et créateurs de mode. Mais ce rôle prééminent est sans cesse remis en jeu, notamment par l'immédiateté du digital.¹

3.3.2. Les tribus urbaines

Après l'émancipation de la femme pendant les années 1960, on va assister aux revendications pacifistes des années 1970, c'est la décennie de la liberté et de la fluidité. En plus, ces années sont synonymes d'audace et d'extrême. A cette époque-là, ces valeurs ont été exprimées par les hippies, les punks et le mouvement disco. Cependant, dans la décennie de 1980, les hippies vont disparaître, mais leur code vestimentaire va se reprendre à des moments donnés dans l'histoire de la mode ; les punks qui émergent vers la fin des années 1970, vont se populariser tout au long des années 1980 ; et les fans de disco vont être remplacés par les fans de la pop. Si l'audace et l'extrême définissent les années 70 ; la provocation, l'excentricité ou l'insouciance mais aussi la liberté et le divertissement sont synonymes des années 80.

¹ https://www.lesechos.fr/02/11/2016/lesechos.fr/0211453730307_paris-defend-son-titre-de-capitale-mondiale-de-la-mode.htm

Les « hippies »



Probablement on a entendu parler du « Flower Power » (le pouvoir des fleurs) ou des devises telles que « Peace and love » (la paix et l'amour), « Faites l'amour, pas la guerre ». ¹ Ces concepts appartenaient aux hippies, des jeunes pacifistes qui promouvaient la libération sexuelle et l'expérimentation avec des drogues psychédéliques. Mais, qu'est-ce que c'est exactement un hippie ?

Comme le définit le dictionnaire Larousse, un hippie est un « adepte d'une morale fondée sur la non-violence et l'hostilité à la société industrielle, et d'un mode de vie prônant la liberté dans tous les domaines, ainsi que la vie en communauté ». ²

Grâce à leur intérêt par l'écologie, l'artisanat et la mode multi-ethnique, ils ont établi un nouveau code vestimentaire qui a marqué toute une génération. Cependant, avant de parler de la mode vestimentaire de cette tribu, on va connaître un peu son origine.

Les hippies constituent un mouvement de contre-culture né aux États-Unis dans les années 1960, dans un contexte de refus de l'ordre établi. En d'autres termes, ils se sont opposés à la société de leur temps : ils se sont manifestés, d'une manière pacifique, contre les armes nucléaires et la guerre du Viêt Nam. En outre, ils dénonçaient la consommation excessive et ils revendiquaient le respect pour la nature et l'environnement. En plus, ces jeunes se sont inspirés des « beatniks », apparus dans les années 50 aux États-Unis, qui ont été les premiers à rejeter la société de consommation.

¹ On a beaucoup entendu cette phrase au cours des événements du mai 68.

² <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/hippie/39992?q=hippie#39913>

La ville de San Francisco a été le point de départ. Pendant l'été de 1967, reconnu comme « Summer of love » ou l'été de l'amour, près de 100.000 jeunes se sont réunis à Haigh-Ashbury (un quartier de San Francisco) pour revendiquer le mouvement hippie. Dans cet événement, la nourriture et les drogues étaient gratuites.

La consommation des drogues est due à la recherche de nouvelles expériences, l'objectif était celui de s'évader et de faire une sorte de « voyage » pour la « quête de soi », pour donner un sens spirituel à leur vie. Cependant, les hippies ne se droguaient pas beaucoup ou même jamais. D'autres préféraient voyager, soit à travers le bus, soit à travers l'auto-stop. Les drogues comme les voyages servaient aux hippies à trouver leur chemin spirituel.

En outre, la vie en communauté faisait partie de leur mode de vie. C'est-à-dire, ils voulaient vivre de manière indépendante, loin des contraintes sociales. Par conséquent, ils inventaient leurs règles et leur coutumes, comme par exemple l'amour libre, c'est-à-dire, ils rejetaient le mariage et promouvaient le droit d'aimer tout le monde et d'être aimés par tous.

À partir de l'été à Haigh-Ashbury (San Francisco), la philosophie hippie s'est rapidement répandue dans le monde. En France, l'arrivée des hippies s'est produite en 1970, il faut remarquer que des communautés de 5000 à 10.000 personnes s'y sont installées entre 1971 et 1973. Comme on a discuté au préalable, chaque communauté avait leurs règles et coutumes, donc, leur propre mode de vie. C'est pour cette raison qu'on pouvait trouver des communautés agricoles, mystiques ou même sexuelles.

Les communautés hippies en France pendant les années 70 se sont caractérisées par leur code vestimentaire. Ils l'avaient inventé pour bien se distinguer du reste de la société et probablement, pour exprimer leur refus de la société de consommation, étant donné que beaucoup d'entre eux fabriquaient leurs propres tenues ou portaient des vêtements usés. Ils se sont inspirés de certaines cultures étrangères. Dans leur quête spirituelle, des nombreux hippies ont fait des voyages en Inde. Ils étaient fascinés par le monde asiatique, donc, la mode hippie avait une forte influence orientale. Par conséquent, ils portaient des tenues amples et superposées. Il faut remarquer que la libération de la femme pendant les années 60 et Mai 68 ont énormément influencé la mode des années 70 : le pantalon est devenu unisexe et les ventes de jeans ont augmenté en Europe. De cette façon, la mini-jupe laissait la place à la jupe extra-longue et aux pantalons pattes d'éléphant. En plus, les hippies portaient des « blue jeans » taille baisse, des chemises à fleurs, des pulls et des vestes très larges en laine, des vestes brodées ou à franges, des tuniques en coton, des manteaux en peau de mouton et des

ponchos. En outre, parmi les accessoires, on pouvait trouver des colliers qui affichaient la devise « Peace and Love », des foulards, des petites lunettes rondes et toute sorte de sacs, de bracelets et de colliers artisanaux très colorés.

Il est intéressant de remarquer que les femmes et les hommes s'habillaient de la même façon dans le but d'effacer le sexisme de la société. En plus, tous les deux avaient les cheveux très longs. Cependant, on peut apprécier quelques petites différences entre les deux sexes, en ce qui concerne la coiffure, le maquillage ou certains accessoires. Les femmes avaient les cheveux aussi bien courts que très longs, parfois tressés avec des fleurs ou colorés au henné. Les fleurs faisaient partie du maquillage aussi, on pourrait dire qu'il s'agissait d'un maquillage psychédélique. En ce qui concerne les accessoires, elles portaient des bracelets aux chevilles, des bagues à tous les doigts, des boucles d'oreilles et des bijoux en croix. Comme on a affirmé auparavant, les hommes avaient aussi les cheveux longs. La barbe faisait partie de son look. Parfois, ils avaient les yeux maquillés avec du khôl noir. En plus, ils portaient des sandales en cuir et des chaussures clarks usées. Certains d'entre eux, jouaient de la guitare aussi.

La mode hippie était une mode urbaine, c'est-à-dire, de la rue, vu que les vêtements étaient usés ou fabriqués par leurs propres consommateurs. Cependant, le styliste Yves Saint Laurent a récupéré cette mode de la rue et l'a adapté pour la Haute Couture. Il a dessiné des robes en tricot à col roulé, des blousons en cuir noir avec du vison et des vêtements en « patchwork » (surtout des robes), comme on l'appréciera toute de suite après :



Robe patchwork en soie à imprimé multicolore réalisée pour la duchesse de Windsor (1969, Yves Saint Laurent).

La princesse Grace Kelly portant une robe patchwork multicolore (1969, Yves Saint Laurent).

En 1975, à la fin de la guerre du Viêt Nam, le mouvement hippie a commencé à disparaître. Ils se sont rendus compte qu'ils ne s'entendaient plus et qu'ils avaient besoin de plus d'indépendance et d'individualisme. En conséquence, beaucoup de communautés se sont séparées. Néanmoins, leur code vestimentaire n'a jamais disparu, étant donné que des différentes collections d'inspiration hippie ont été présentées dans les défilés de mode par quelques maisons de couture telles qu'Yves Saint Laurent, Dior, Jean-Paul Gaultier, Paco Rabanne ou Lolita Lempicka, parmi d'autres.

Les « punks »



Comme on a affirmé au préalable, les hippies ont commencé à disparaître vers la fin des années 1970. Ils ont laissé la place aux punks, une tribu urbaine assez violente des années 1980, qui n'avait rien à avoir avec la devise « Peace and Love ».

Tout d'abord, le mot « punk » vient de l'anglais. Au XVI^e siècle, ce terme désignait des personnes qui possédaient un comportement sexuel choquant. Plus tard, le mot a perdu ce sens sexuel et il est devenu un synonyme de « voyou ».

Vers la fin des années 70, Legs McNeil et John Holmstrom, deux écrivains américains, ont créé la revue « Punk », consacrée aux excès des jeunes à l'époque. Cela voulait montrer leurs règles ; leurs coutumes ; et en définitive ; leur mode de vie contestataire, car ils refusaient l'ordre établi. Puis, le mot a donné le nom à un nouveau genre musical né aux États-Unis. Parallèlement, ce phénomène s'est produit en Angleterre. New York et Londres ont été les villes pionnières de toute une nouvelle culture. Le punk a été conçu comme une musique, une éthique et un mode de vie, qui s'est répandu vite dans le reste de l'Europe.

Par conséquent, on peut dire que le punk est un mouvement de contre-culture, apparu en 1975 aux États-Unis et en Angleterre, attaché principalement à la musique punk-rock. Comme les hippies, ils voulaient dénoncer la société de leur temps, mais d'une façon non-pacifiste.

En France, le mouvement a vu le jour en 1976, dans un contexte de malaise social profond, étant donné que la période des Trente Glorieuses était arrivée à sa fin en 1975. Le pays se trouvait dans une période de crise où le chômage augmentait de plus en plus. En conséquence, il y avait une grande inquiétude sur l'avenir des jeunes. Pour cette raison, les punks voulaient exprimer leur anticonformisme, à travers une musique et une mode vestimentaire conçues pour la provocation, l'excentricité, la liberté et le divertissement pendant les années 1980. Avant d'aborder le code vestimentaire, on connaîtra un peu l'éthique philosophique et la musique de cette tribu urbaine.

La philosophie punk se caractérise par l'éthique « Do It Yourself » (DIY), c'est à dire, « Faites-le vous-même ». Elle refuse les dogmes et elle remet en question tout. Les punks ont un mépris pour les modes et la manipulation médiatique. Par conséquent, ils considèrent que chaque personne doit penser par soi-même, pour éviter le mensonge des hommes politiques. En plus, les punks sont contre la société de consommation. En outre, on y trouve les idéologies suivantes : l'anarchisme, l'antimilitarisme et l'antifascisme. La philosophie est centrée sur la liberté et l'égalité. Ils cherchent à se libérer de l'oppression de l'autorité et de la société en général. Principalement, cette culture s'est opposée à la société de consommation et elle a divulgué la philosophie DIY.

Ces idées se sont diffusées à travers la musique punk-rock. Ce genre s'est inspiré des grandes bandes telles que « The Sex Pistols » (en Angleterre) et les « Ramones (aux États-Unis). Entre 1976 et 1985, le punk français a été très populaire en France grâce aux groupes tels que « Asphalt Jungle », « Bijou », « Dogs », « Starshooter », « Métal Urbain », « Stinky

Toys », « Bulldozer », « Les Cadavres » ou « Bérurier Noir », parmi d'autres. Cependant, il faut remarquer que le groupe « Bérurier Noir » a été le groupe le plus représentatif de la musique punk et alternative française des années 1980. Ce type de musique se caractérisait par un langage violent contre la société et par des sons bruyants. Cela constitue l'une des raisons pour lesquelles les punks étaient considérés comme une sous-culture violente. Voici les paroles de la chanson *Noir les horreurs* (1984) de « Bérurier Noir » :

Je vis dans la mort	Je ne sais pas vivre
Massacre de porcs	Et je saute dans l'vide
Je vis dans la guerre	Je n'connais pas l'amour
Je n'aime pas mon père	Car le monde est trop lourd
Je vis dans l'suicide	Je suis mal dans ma peau
Le monde est une ruine	Car le monde n'est pas beau
Je mange de la viande	Je suis mal dans la vie
Le monde est violent	Car le monde est tuerie.
Je vis dans la peur	Et je pense aux massacres
Le noir, les horreurs	Que personne ne condamne

En ce qui concerne leur code vestimentaire, le noir s'est imposé comme la couleur officielle des punks.

De cette façon, les « blousons noirs » (années 60) et les « punks » avaient un basique en commun : la veste en cuir noir. Cependant, ces derniers ont accessoirisé ce vêtement avec des épingles, des badges, des clous, des chaînes, des têtes de mort, parmi d'autres. Sans aucun doute, le blouson en cuir noir a constitué l'un des symboles de la jeunesse et de la rébellion, mais certaines écoles ont interdit de porter cette tenue.

Les tee-shirts, les pantalons très étroites et même les collants féminins, se portaient usés, déchirés et avec des trous. En plus, les filles portaient des bas résilles. En suivant la philosophie «Do it your self », il s'agissait des vêtements faciles à faire par soi-même.

En plus, les jupes écossaises ou les kilts sur des pantalons bondages ont été très caractéristiques pour les hommes. Le tartan est devenu un tissu très emblématique pour cette tribu.

Parmi les accessoires on trouve les grosses bottes militaires Doc Martens. En plus, comme on a affirmé auparavant, ils portaient des chaînes (surtout des chaînes de vélo), des ceintures et des bracelets à clous, des bagues têtes de mort et des piercings.

Concernant la coiffure ; par opposition aux hippies, les punks portaient les cheveux courts o extra-courts et de différentes couleurs : rouge, vert, jaune, bleu ou tout un mélange. La crête iroquoise et les mèches colorées constituaient les coiffures les plus représentatives des punks. Quant au maquillage, la pâleur du visage, les lèvres et les yeux très noirs étaient les synonymes de l'extrême.

Il faut remarquer que la dessinatrice britannique Vivienne Westwood a été la première créatrice de mode punk. En 1971, Elle a ouvert sa boutique appelée « Sex » à Londres. D'autres stylistes telles que Jean-Paul Gaultier ou Thierry Mugler, parmi d'autres, se sont inspirés de Westwood pour leurs collections.

Les fans du « disco »



Tout d'abord, le mot « disco », il s'agit d'une abréviation du terme français « discothèque ».

Ensuite, le disco, né aux États-Unis à la fin des années 1960, a constitué un nouveau genre musical conçu pour la danse. Il est influencé par le « rhythm & blues », le funk, le soul, le pop, et les rythmes latines. Donna Summer, Gloria Gaynor, et des groupes tels que « Chic » et « Village People », parmi d'autres, ont été très populaires en Amérique. Le groupe suédois « ABBA » a été très reconnu aussi avec sa chanson « Dancing Queen ». En plus, la bande britannique « Bee Gees » a publié l'album *Saturday Night Fever*, qui a fait partie de la bande originale du film appelé aussi « Saturday Night Fever » (1977) ou « La Fièvre du Samedi Soir » (en français), où John Travolta a joué le rôle principal. Dans le film, on peut apprécier la musique et la mode disco à travers Tony Manero, interprété par Travolta.

En France, la musique disco a eu un grand succès aussi. D'abord, Jean-Marc Cerrone, il est l'un des grandes figures du disco. En 1977, grâce à son album « Love in C Minor », il a obtenu son premier « Grammy Award ».

Des bandes comme « Santa Esmeralda » ou « Belle Époque » on fait des différentes reprises. Par exemple, la première a repris des thèmes de la bande britannique "The Animals" tels que *Don't Let Me Be Misunderstood* et *The House Of The Rising Sun*. La deuxième a interprété *Black Is Black* du groupe espagnol « Los Bravos ».

En outre, Patrick Hernández a été très populaire grâce à sa chanson *Born To Be Alive*. Il est intéressant de remarquer que Madonna a fait partie du corps de ballet lors du tour que le chanteur a fait en 1980.

Sheila, l'une des filles yéyés les plus reconnues pendant les années 60, est redevenue très célèbre à niveau international grâce à la musique disco. *Spacer* a été l'un des thèmes à grand succès, parmi d'autres. Sylvie Vartan, une autre icône pop, est devenue une chanteuse disco à grand succès dans les années 70-80. Dalida constitue un autre exemple de grande chanteuse, qui après être reconvertie dans la pop, a connu ses derniers succès grâce à la musique disco.

Il faut remarquer aussi de nouveaux chanteurs tels que Desireless avec son thème très célèbre *Voyage Voyage*, la Princesse Stéphanie de Monaco (surnommée Stéphanie) avec les chansons *Ouragan* et *Irresistible*. D'ailleurs, d'autres comme Patrick Juvet, Space, Gibson Brothers, ont été aussi importants. Tous ces artistes, parmi d'autres, ont contribué à faire de la France, l'un des grands pays représentants de la musique disco pendant les années 70-80.

Comme l'on vient de voir, le disco est, sans aucun doute, tout un mouvement musical qui nous invite à faire la fête, à danser. Mais il est plus que cela. Il existe aussi une mode vestimentaire autour de ce courant.

Les pantalons pattes d'éléphant, très caractéristiques des hippies, se sont adaptés pour danser. Dalida a popularisé les paillettes, le groupe ABBA portait des combi-pantalon et des chaussures plateformes, les Bee Gees portaient le fameux col pelle à tarte. De cette façon, les fans de disco imitaient leurs artistes favoris en portant des vêtements similaires. Il faut remarquer que les pantalons pattes d'éléphant, les vêtements à paillettes et les plateformes ont constitué les basiques du style disco.

En plus, les femmes portaient des mini-shorts, et les vêtements « stretch » d'un style sportif (pour les hommes aussi), ont surgi pour s'adapter mieux à la danse. En ce qui concerne la coiffure, elles imitaient les coupes de cheveux de la célèbre actrice américaine Farrah Fawcett. Pendant les années 1970, le maquillage était naturel, même si elles employaient le gloss ultra-brillant pour marquer les lèvres. Cependant, dans les années 80, le maquillage était appliqué d'une façon généreuse, spécialement sur les yeux : les fards à paupières de couleurs brillants comme le bleu, le vert, le doré ou le violet. En plus, les femmes utilisaient aussi le mascara noir.

Pour les hommes, le costume trois pièces que John Travolta portait dans le film « La Fièvre du Samedi soir » a été très populaire. Cette tenue comportait une chemise col pelle à tarte (dont le col était plus long et pointu que celui des années 20) combinée avec un gilet, une veste et des pantalons pattes d'éléphant à coupe large. En plus, parmi les accessoires on trouve les cravates larges et les bottes à talons inspirées du modèle féminin. Concernant la coiffure, ils portaient des cheveux mi- longs ou ceux d'inspiration afro-américaine.

Au cours des années 1980, la nouvelle mode pop remplace la disco et apporte un mélange de couleurs et de motifs comme les teintes fluos, les pois, les rayures, les pastels, encore les paillettes et la nouveauté du strass.

Après avoir discuté à propos des tribus urbaines qui ont marqué les années 1970-1980, il faut remarquer qu'il y a eu un avant et un après dans le monde de la mode pendant ces périodes. Comme on a vu dans le chapitre 1, au début le pantalon féminin a connu une forte opposition, et c'est ne qu'à la fin des années 1960 que les femmes habillées en pantalon seront socialement acceptées. Ensuite, la popularisation de ce vêtement s'est produite au cours

des années 1970, comme on a pu apprécier, à travers les hippies qui voulaient effacer le sexisme de la société. Puis, les punks et les fans du disco et de la pop ont continué à porter le pantalon pendant les années 70-80.

Sans aucun doute, le pantalon pour la femme a constitué un grand phénomène dans l'histoire de la mode. Voici une phrase d'Yves Saint Laurent qui peut résumer ce qui représente le pantalon pour la femme des années 1970 :

L'idée d'une femme en costume d'homme n'a cessé de grandir, de s'approfondir, de s'imposer comme la marque même d'une femme d'aujourd'hui. Je pense que, s'il fallait représenter la femme des années 1970 un jour dans le temps, c'est une femme en pantalon qui s'imposerait car... le pantalon est devenu une des pièces maîtresses de la garde-robe de la femme moderne.¹

3.3.3. Les médias

Les médias comme la presse et la publicité ont diffusé la mode des années 1970 et 1980. En plus, le cinéma et la musique ont montré les tendances vestimentaires à travers les différents artistes.

1. La Presse

La période comprise entre 1973 et 1976 est connue comme les années noires de la presse féminine française. Les femmes de cette époque étaient en même temps : maîtresses de maison, épouses, mères et travailleuses. Cette presse n'était pas encore adaptée pour elles. De cette façon, les principaux titres de presse tels que *Marie Claire* et *Elle*, parmi d'autres, ont expérimenté une grande chute dans leurs ventes. Cependant, à partir de 1977, ces revues se sont redressées. En plus, d'autres titres sont apparus comme par exemple, *Le temps des femmes*, *20 ans*, *Biba*, *Madame Figaro*, *Prima* ou *Femme Actuelle*, parmi d'autres.

Toute de suite après, on verra l'exemple du magazine très célèbre *Elle*. Après avoir été touché par la crise de la presse, il a commencé à s'internationaliser dans la moitié des années 1980. Et actuellement, *Elle* constitue l'un des magazines féminins de référence au monde.

¹ http://dicocitations.lemonde.fr/citations-auteur-yves_saint_laurent-0.php

ELLE : Le premier magazine français en couleur



En 1945, Hélène Gordon-Lazareff a fondé le magazine français *Elle*, édité par l'entreprise « *Défense de la France* ». Précédemment, Hélène Gordon-Lazareff avait travaillé en tant que rédactrice de *Marie-Claire*. Pendant la Seconde Guerre Mondiale, la fondatrice a travaillé dans le grand magazine féminin américain *Harper's Bazaar* dont elle s'est inspirée pour créer *Elle*.

Hélène Gordon-Lazareff a présenté le premier numéro de la revue dans le but d'apporter aux lectrices une féminité liée à la rigueur des publications. Dans ce premier numéro, en couleur pour la première fois, on peut trouver des fiches couture, des techniques de maquillage, des enquêtes à propos de l'évolution des vêtements féminins et un horoscope, parmi d'autres. Au début, ce magazine était consacré notamment à la mode et à la beauté.

Néanmoins, il a traité d'autres thèmes avant les années 1960. Par exemple, *Elle* a été le premier magazine féminin qui a osé aborder les problèmes sexuels. Cependant, comme on a discuté au préalable, cette presse a connu la crise des années noires (1973-1976) dont la cause principale a été la compétence d'autres moyens de communication tels que la télévision et la radio. En plus, la femme est devenue maîtresse de maison, épouse, mère et travailleuse, et il n'existait pas un magazine adapté à leurs besoins.

À partir de 1977, *Elle* a commencé à inclure des rubriques dédiées non seulement à la mode et à la beauté mais aussi aux actualités, aux personnalités, aux spectacles et aux divertissements. Par conséquent, la revue a publié des chroniques sociales et culturelles, des

reportages, des critiques (sociales, littéraires, théâtrales, cinématographiques). De cette façon, les ventes du magazine ont augmenté par rapport à la crise. Parmi les thèmes traités on peut trouver : le droit au travail, le droit de vote, la libération sexuelle, la mini-jupe, les sous-vêtements comme le tanga, et le « topless » ou le haut nu, parmi d'autres. Le magazine a consacré certaines couvertures aux artistes telles que Jane Birkin, Emmanuelle Béart, Jeanne Moreau, ou Catherine Deneuve, parmi d'autres.

En 1981, *Elle* est rachetée par le groupe Lagardère. En 1985, ils ont créé la version anglaise du magazine. Au mois de septembre il est publié aux États-Unis, et le mois suivant, en Angleterre. De cette façon, le magazine a commencé à s'internationaliser.

Actuellement, *Elle* est un magazine hebdomadaire présent dans le monde entier étant donné qu'il existe 46 éditions internationales depuis 2015. En plus, il faut remarquer que cet hebdomadaire montre la mode et la beauté mais toujours en rapport avec le contexte social de l'époque, c'est-à-dire, il montre de cette façon les thèmes d'actualité.

Depuis 1945, *Elle* a accompagné les femmes dans leur évolution, en assistant à leur émancipation et en passant par toutes les tendances. Comme on a affirmé précédemment, la revue est centrée sur les styles de la mode et la beauté en lien avec le fait de se cultiver. Par conséquent, on pourrait dire qu'il s'agit d'un magazine féminin qui vise à mettre en valeur l'estime de soi des femmes, en promouvant leur attitude et leur façon de s'exprimer à travers les actualités et évidemment, à travers la mode.

3.3.4. Cinéma et Musique : Icônes de la Mode

JANE BIRKIN: L'icône de la simplicité et de la sensualité.



Jane Birkin est une chanteuse et actrice britannique née à Londres en 1946. Vers la fin des années 1960, Birkin s'est installée en France et elle a décidé de se faire naturaliser française.

Elle a commencé sa carrière d'interprétation à l'âge de 17 ans. Après, elle a connu son premier mari John Barry qui lui a offert son premier rôle dans l'œuvre musicale « Passion Flower Hotel » (1965). De cette façon, elle débute en tant que chanteuse.

En 1966, Jane Birkin a joué son premier rôle comme actrice dans « Blow Up » du directeur italien Michelangelo Antonioni. Dans ce film, elle est apparue toute nue. Cela a provoqué un grand scandale. Cependant, le film a reçu le prix Palme d'or au Festival de Cannes en 1967.

Plus tard, elle a rencontré Serge Gainsbourg. Tous les deux ont commencé une passionnante histoire d'amour. Ils se sont mariés en 1968, et l'année suivante, ils ont enregistré la chanson très renommée « *Je t'aime... moi non plus* ». Leur thème musical a été censuré dans plusieurs pays (en Espagne, en Angleterre et en Italie, parmi d'autres) à cause du langage sexuel explicite. Cependant, la chanson a obtenu un grand succès (avec un million de ventes). À partir de ce moment-là, le couple a commencé à être très célèbre. Ils fréquentaient des boîtes de nuit de mode, à Paris et à Londres. Leurs photos ensemble ont été publiées

partout, et Jane Birkin est apparue dans plusieurs couvertures des revues de mode telles que *Marie Claire*, *Vogue*, *Elle* et d'autres. En 1976, Gainsbourg a réalisé le film « Je t'aime... moi non plus » où Jane Birkin a joué le rôle comme l'actrice principale. Ce film est aussi d'un contenu sexuel explicite comme la chanson du même titre. Sans aucun doute, Birkin et Gainsbourg, ont constitué un couple iconique des années 60-70. Néanmoins, au début des années 1980, Jane Birkin a quitté Serge Gainsbourg, et elle a commencé une relation amoureuse avec le directeur de cinéma Jacques Doillon. Même après la séparation, Gainsbourg a continué à écrire des chansons dédiées à l'actrice. Sans aucun doute, Jane Birkin a été la muse de Serge Gainsbourg.

En plus, elle est devenue une vraie icône de la mode pendant les années 1970-1980. Elle a toujours montré un style naïf et en même temps, sexy. En plus, son style hippie a été très caractéristique. Toute de suite après on verra le style de Jane Birkin.

1. La coiffure et le maquillage



Les cheveux longs, bruns, décoiffés avec une frange, et les mèches couleur miel, ont constitué la coiffure la plus caractéristique de Jane Birkin pendant les années 1970. Elle employait très peu de maquillage, toujours « nude » ou naturel avec l'aide du eye-liner noir et le rimmel pour remarquer ses yeux bleu-vert. Cependant, parfois l'actrice utilisait le fard à paupières effet « glitter » (purpurine) ou l'eye-liner coloré.

2. Les vêtements

Jane Birkin a toujours montré un look léger et romantique composé de vêtements basiques, dont les couleurs prédominants étaient le blanc et le noir. Toute de suite après on appréciera l'style simple et sexy de Birkin :

A. Les chemises ou les t-shirts en coton blancs ou noirs combinés avec des pantalons et des jeans pattes d'éléphant ou des jeans droits.



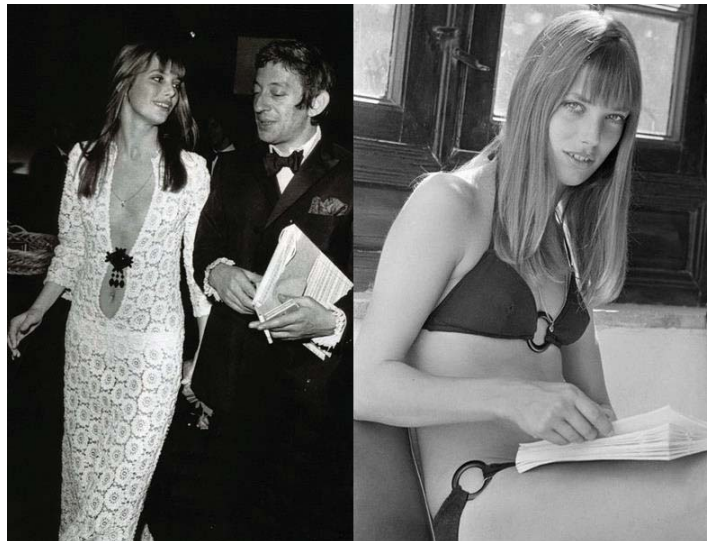
B. Les « cropped top » (les tops courts) montrant le ventre et les tops « bardot » montrant les épaules :



C. Les robes courtes combinées avec des bottes hautes, et les mini-shorts.



D. La célèbre robe longue blanche et le bikini.



3. Les accessoires

Au début des années 1980, Jane Birkin et Jean-Louis Dumas, le directeur de la maison Hermès pendant les années 1976-2006, se sont rencontrés lors d'un voyage en avion. Elle portait un grand panier en osier. Cela a attiré l'attention du directeur qui voulait savoir pourquoi la jeune actrice utilisait ce panier au lieu d'un sac à main. Jane Birkin lui a répondu qu'elle n'avait pas encore trouvé un sac à main élégant et pratique adapté à elle, car Birkin était déjà mère et elle avait besoin d'espace pour ranger ses affaires et ceux de sa fille Charlotte aussi. En conséquence, Dumas a proposé à l'actrice de créer un sac à main fonctionnel et élégant, ensemble. De cette façon, l'iconique sac Birkin de Hermès est né. Actuellement, il y a énormément de sacs Birkin-Hermès de différentes couleurs. Tout de suite après, on peut apprécier le panier qui portait Jane Birkin pendant les années 1970-1980, et le sac de Hermès classique, en noir, portée par l'actrice en 2002.



En plus, Jane Birkin a porté d'autres accessoires tels que des chapeaux, des colliers et le populaire bandana rouge.



3.4. Années 90 et 2000

3.4.1. La mode et l'anti-mode

Au début des années 1990, les gens portaient des tenues confortables sans donner beaucoup d'importance aux tendances de mode précédentes, et bien sûr, au fait d'être socialement acceptées. De cette façon, le look décontracté a commencé à être à la mode. En plus, l'excès de maquillage n'était pas bien vu et par conséquent, il n'était pas à la mode. Cependant, au milieu des années 90, il existait un souci pour s'exprimer individuellement, et les gens ont commencé à oublier les vêtements décontractés. Il y a eu un changement radical dans la façon de s'habiller.

En premier lieu, cette décennie a connu un recyclage de tous les vêtements basiques des années précédentes, parmi lesquels on peut trouver : le caban (1848), la gabardine (1880), la marinière (1858), les imperméables de la marque « k-way » (1965), les jeans et les pantalons pattes d'éléphant (1970). Les t-shirts ont commencé à inclure des messages, soit par des smileys, soit par des petits textes. En plus, ces années ont été marquées par l'âge d'or du « sportswear » ou des vêtements sportifs tels que les joggings dans toutes les couleurs et les baskets des marques « Nike » et « Adidas ».

On trouve des différentes imprimés aussi : des chemises à carreaux ou à fleurs hawaïennes ; des pantalons, des foulards et d'autres accessoires à imprimés animaux (léopard, vache ou zèbre). En plus, le fluo était la couleur tendance, et les écharpes ont été remplacées par les pashminas aussi. Il faut remarquer que les piercings, les tatouages et les cheveux teints étaient très à la mode.

En deuxième lieu, les années 2000 ont constitué une nouvelle période où les éléments des années 1980 ont été à la mode. Il faut remarquer aussi que le look sportif à l'américaine s'est imposé avec un grand succès, composé de : survêtements, t-shirts, casquettes et chaussures souples et confortables. A cette époque-là, deux tendances sont apparues : le pouvoir de la marque et le refus de celle-ci.

D'un côté, la culture de la marque s'est forgée pendant la décennie 1980. Dans cette période, les maisons de mode ont investi de grandes sommes d'argent pour les campagnes publicitaires et le marketing. De cette façon, l'image ou la marque étaient plus importants que le produit

lui-même. Les gens portaient des vêtements et des accessoires en montrant leurs marques préférées, comme par exemple : les C de Chanel, les logos de Versace, Dior, Moschino, Nike et Adidas, parmi d'autres. L'essentiel était le fait de montrer un logo. Cependant, pendant les années 90 les campagnes publicitaires n'ont pas eu de succès et les gens ont commencé à porter des tenues de marque combinées avec des vêtements et des accessoires des grandes chaînes de mode. De cette façon les grands logos ont disparu. Cependant, les marques se sont imposées, à nouveau, pendant les années 2000 grâce à la mondialisation. D'un autre côté, le refus de la marque a été aussi présent pendant ces années. Naomi Klein, une journaliste et écrivaine canadienne, a publié un livre intitulé « No logo » (2000). En 2001, cette publication est parue en France. Cette écrivaine fait une analyse de l'influence des marques dans la société, dans le but d'expliquer la résistance aux diktats de la mode et, généralement, à la société de consommation.

En troisième lieu, les années 90 ont été marquées par le luxe dans la Haute Couture. Certains dessinateurs comme Jean Paul Gaultier et John Galliano chez Dior ont été très renommés. Pendant les années 2000, les créations d'Yves Saint Laurent, Christian Dior, Coco Chanel, Christian Lacroix, parmi d'autres, se sont internationalisées. En plus, les magasins de prêt-à-porter tels que Morgan, H&M, Zara, Mango et d'autres, se sont multipliés en proposant des imitations des grandes maisons de la mode internationale. De cette façon, la mode était plus accessible au grand public.

En quatrième lieu, pendant les années 90 et 2000 deux nouvelles tribus urbaines très représentatives ont surgi : le Grunge et le Hip-Hop. En d'autres termes, on peut parler de la mode Grunge et de la mode Hip-Hop ou des rappeurs. Il faut remarquer qu'il s'agit de deux mouvements anti-mode qui sont devenus des vraies tendances de mode pendant cette période. Toute de suite après, on connaîtra la culture de ces tribus urbaines.

3.4.2. Les tribus urbaines

Les « grunges »



Tout d'abord, il faut dire que dans l'actualité on croit que l'origine du terme « grunge » vient d'un adjectif en argot, de l'anglais : « grungy ». Le mot courant employé serait « dirty ». Cela veut dire « sale » en français.

Ensuite, ce terme a donné le nom à un nouveau genre musical né aux États-Unis, à Seattle, en 1985. Après, il est devenu le principal mouvement de rock alternatif des années 90, qui a fortement influencé la jeunesse de cette époque. Le « grunge » se caractérisait par des mélodies simples et des paroles moins violentes que celles du punk des années 70-80. Comme les hippies, ce mouvement critiquait, généralement, la société de consommation et promouvait le pacifisme. En plus, ce courant avait hérité l'attitude rebelle des punks. Cependant, les « grunges » exprimaient leur tristesse et leur résignation, c'est-à-dire, ils montraient une attitude déprimante. En résumé, le « grunge », était un mouvement de contre-culture pessimiste et mélancolique, où l'idée de la fatalité était toujours présente.

Parmi les groupes de musique les plus représentatifs de l'époque, on trouve la bande « Nirvana » (États-Unis, 1987-1994) composée de trois membres : le célèbre Kurt Cobain, considéré comme le plus grand représentant de la culture grunge ; Krist Novoselic et Dave Grohl. En 1991, la bande a sorti son album le plus connu « Nevermind » accompagné du

thème très populaire *Smells Like Teen Spirit*, qui a connu un énorme succès dans le monde entier. Cette chanson a marqué l'adolescence de plusieurs jeunes et les a attiré vers le mouvement grunge. En plus, le thème est considéré comme l'un des hymnes de la musique des années 1990. Il faut remarquer que « Pearl Jam », « Soundgarden » ou « Alice in Chains » ont été, parmi d'autres, des bandes de musique grunge très populaires aux États-Unis.

En France, la musique grunge a commencé à être populaire depuis l'année 2005 avec des bandes telles que « Novels », « Last Barons », « Blondstone », « 7 weeks » ou « Bikini Gorge » parmi d'autres.

En revenant au mouvement grunge des années 1990, il faut remarquer leur code vestimentaire, très présente aussi dans l'actualité.

Généralement les « grunges » portaient des vêtements troués, superposés et usés : des chemises en flanelle et à carreaux style bûcheron ; des t-shirts larges ; des jeans étroits troués, déchirés ; des baskets de la marque « Converse » ou des baskets similaires ; des bottes militaires Doc Martens. Il est intéressant de dire que les t-shirts se portaient avec le nom du groupe de rock favori à l'époque. Aujourd'hui, on peut trouver des hommes et des femmes portant un t-shirt avec le nom du célèbre groupe « Nirvana ».

En outre, comme les « blousons noirs » et les « punks », les « grunges » portaient la populaire veste en cuir noir. Et de la même façon que les derniers, ils accessorisaient les vêtements avec des clous, têtes de mort et d'autres éléments. Les bonnets en laine, les serre-têtes type turban à fleurs, et les lunettes de soleil grandes et rondes, étaient aussi d'autres accessoires caractéristiques. En plus, les garçons et les filles portaient les cheveux longs, décoiffés et parfois, colorés. L'objectif était celui de montrer une apparence débraillée. En d'autres termes, ils voulaient exprimer leur insouciance pour donner une bonne image, et en résumé, leur désaffection pour les modes.

La jeunesse a été énormément influencée par ce style vestimentaire rocker. Sans le vouloir, ce mouvement anti-mode, qui s'opposait aux vêtements ostentatoires des années précédentes, a créé une nouvelle mode. En bref, le grunge est une philosophie qui s'exprime, notamment, à travers la musique et la mode dans le but de montrer l'angoisse sur l'avenir des jeunes, et le refus du culte de l'apparence, de l'image.

Les « rappeurs »



Aujourd'hui, on peut parler de la mode hip-hop ou de la mode des rappeurs. Mais généralement on confond les termes hip-hop et rap. D'abord le hip-hop est un mouvement culturel et artistique né dans la décennie de 1970 aux États-Unis, concrètement à New-York, dans l'arrondissement du Bronx. Ce mouvement a été influencé par des genres musicaux tels que le « funk », le « disco », le « dub », le « rhythm and blues », le « reggae » ou le « dancehall », parmi d'autres. Le hip-hop regroupe principalement quatre disciplines ou moyens d'expression : le rap (le chant), la « breakdance » (la danse), le graffiti (l'art) et le « DJ (la personne qui fait la musique et les arrangements) ». Ceux qui chantent des chansons de rap on les appelle des « MC » ou des « rappeurs ». On peut dire que les dj, les rappeurs et ceux qui font du « beatbox » (imiter des instruments avec la bouche) » conforment l'style musical de la sous-culture du Hip-hop. En plus, c'est grâce aux vêtements des rappeurs, notamment, qu'on a connu cette nouvelle mode. De cette façon, comme on a dit préalablement, on peut parler de la mode hip-hop ou de la mode des rappeurs.

Avant de parler du code vestimentaire, il faut remarquer que le mouvement hip-hop s'est répandu à grand vitesse dans tout le pays et plus tard, au monde entier. Et c'est pendant les années 90 et 2000 qu'il a connu un grand succès, bien évidemment pour la musique et la mode.

Aux États-Unis, des bandes tels que « Ice-T », « Beastie Boys », « Kriss Kross », « Missy Elliot », « Da Brat », « TLC », « Snoop Dog », « 50 cent », « Kanye West », ou le

célèbre rappeur « Eminem », parmi d'autres, ont eu un grand succès pendant la période des années 90 et 2000.

En France, le rap est apparu en 1980. Cependant les années 1990 ont connu l'âge d'or de ce genre musical grâce aux artistes comme « Mc Solaar », « Iam », « Suprême NTM », « Assassin », « Lunatic », « Booba », « La Fonky Family », « Doc Gynéco », et « Soprano », parmi d'autres. À la fin des années 1990 et le début des années 2000 d'autres artistes tels que « Diam's », « Keny Arkana », « Sniper », « Youssoupha », « La Fouine », « Sexion d'assaut », « Maître Gims » et « Black M », parmi beaucoup d'autres, ont été très populaires. Aujourd'hui, « La Fouine » est l'un des rappeurs les plus célèbres. Maître Gims et « Black M » appartiennent plutôt au rap commercial.

À travers cette musique, au début des années 90, ils faisaient des revendications socio-politiques. Ils parlaient des conditions de vie des classes sociales marginales, en dénonçant la violence et la pauvreté. Parmi les thèmes les plus traités dans les chansons on peut trouver : la consommation ostentatoire, l'argent ou le machisme. Plus tard, les rappeurs ont commencé à envoyer des messages positifs et très souvent, on peut trouver le rap commercial.

Il faut remarquer que la France est considéré, à niveau international, le deuxième pays producteur de musique rap, étant donné qu'il y a une énorme prolifération d'artistes dans ce genre musical.

En ce qui concerne les vêtements, il faut dire que le code vestimentaire des rappeurs et des rappeuses était très caractéristique pendant les années 90 et le début des années 2000 : il y avait une sorte de culte pour l'extra-large. En plus, les vêtements étaient d'une inspiration sportive : ils portaient des t-shirts et des sweats à capuche amples ; des pantalons et des jeans larges qui laissaient voir les sous-vêtements, notamment le caleçon ; des vestes coupe-vent aux couleurs vives. Il s'agissait de vêtements unisexes. Cependant, les filles aimaient aussi porter des pantalons « baggy » et des joggings amples, des surchemises et des soutiens-gorge sportifs.

Parmi les accessoires, on peut trouver : des baskets, des lunettes de soleil, des casquettes, des grands bijoux tels que les colliers en or et les diamants aux oreilles, des bandanas, des sacs « banane » et des sacs « bandoulière ». En plus, ils montraient notamment les logos des marques. En ce qui concerne la coiffure, les filles portaient les cheveux longs et les hommes, généralement, courts. En résumé, comme les grunges, les rappeurs ne

s'habillaient pas pour être à la mode. Le hip-hop était un mouvement anti-mode, qui est devenu plus tard une nouvelle mode.

Il faut remarquer qu'au milieu des années 2000, les vêtements ont commencé à se serrer. De cette façon, les rappeurs et les rappeuses portaient des pantalons « slim » ou étroits ; des robes, des mini-jupes et des t-shirts moulés ; des vestes en cuir noir. Aujourd'hui, le culte de l'extra-large n'existe plus parmi les rappeurs. Parfois, on peut apprécier un groupe qui tente de revivre la mode de cette tribu pendant les années 90, et le début de la décennie suivante.

3.4.3. Les médias

Internet et les réseaux sociaux de mode.

Tout d'abord, Internet est né comme un projet militaire sous le nom d' « Arpanet » en 1969. Ce projet a été développé par le Département de la Défense des États-Unis lors de la Guerre Froide, dans le but de créer un système de communication capable de résister à une attaque nucléaire. Ensuite, ce système s'est développé progressivement dans les années 1970 et 1980. Mais, cela était réservé aux académiciens et aux militaires. Néanmoins, vers la fin des années 1980, le scientifique britannique Tim Berners-Lee a créé le site web sous le nom de « World Wide Web » (w.w.w). À partir des années 1990, le grand public avait accès à Internet, ou la Toile (terme couramment employé par les jeunes en France).

Même si la presse, la télévision ou encore la radio continuaient à diffuser les vêtements que l'on portait à cette époque, Internet s'est imposé avec un grand succès dans le monde de la mode.

Pour les entreprises, Internet est devenu un grand outil de recherche pour trouver des distributeurs et bien sûr, des clients. Aujourd'hui, il y a plusieurs magasins en ligne où les consommateurs peuvent acheter des vêtements, des accessoires, des parfums et beaucoup d'autres produits, grâce à la Toile.

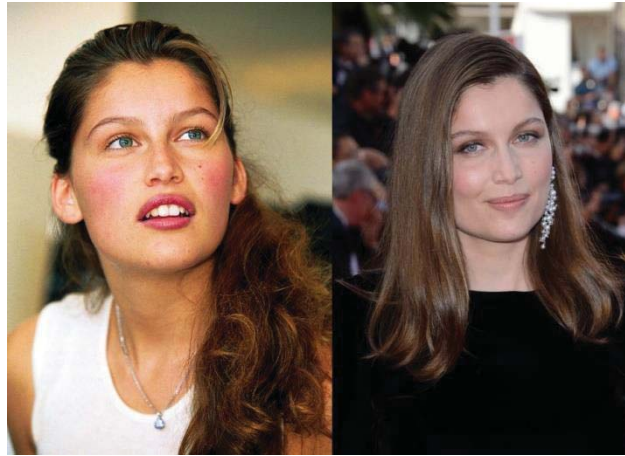
En plus, les défilés de mode sont arrivés aux maisons des clients à travers Internet. Cela a été possible grâce, par exemple, aux premiers sites web tels que style.com ou firstview.com, parmi d'autres, qui ont commencé à publier des images concernant les semaines internationales de la mode.

En outre, la presse s'est adaptée au monde d'Internet. Actuellement, la plupart des revues de mode renommées telles que *Marie Claire*, *Elle*, *Femme Actuelle*, *La Parisienne*, *Vogue* ou *Glamour*, parmi d'autres, ont leur propre version en ligne. Cependant, les revues gratuites en ligne, les réseaux sociaux tels que les blogs de mode et les très populaires « YouTube » et « Instagram » font concurrence à cette presse réputée.

Aujourd'hui, devenir « blogueuse », « youtubeuse » ou « instagrameuse » de mode est aussi une nouvelle mode, de plus en plus très fréquent parmi les jeunes filles. Ces trois termes, on peut les regrouper dans la catégorie « influenceuses » ou même « blogueuses ». Il s'agit d'une sorte de profession où l'on teste des produits, et après, on donne des conseils à propos du maquillage, des vêtements, des accessoires, etc. Cela est possible grâce à l'aide des différents outils : soit un blog où l'on montre des différentes images accompagnées de texte ; soit une vidéo sur « Youtube » ; soit une image, accompagnée d'un petit texte sur « Instagram ». D'un côté, il y a les grandes marques qui payent les blogueuses dans le but de faire la promotion de leurs produits. D'un autre côté, il y a des blogueuses qui décident de créer un blog tout simplement comme un loisir, sans recevoir aucun salaire. De cette façon, on peut trouver plusieurs blogs de mode dans l'actualité. Par exemple, parmi les blogueuses les plus influentes on trouve : Caroline Receveur, Betty Autier, Garancé Doré, Leelo ou Camille Charrière, parmi d'autres. Pour conclure, il faut dire que les blogs ne sont pas réservés qu'aux femmes, il y a aussi un certain nombre de « blogueurs » qui montrent des conseils de mode, des soins pour les hommes et beaucoup d'autres aspects intéressants aussi.

3.4.4. Cinéma et Mannequinat : Icônes de la Mode

LAETITIA CASTA : L'icône de la féminité, de la sensualité, et du glamour



1999

2017

Laetitia Marie Laure Casta (1978, Pont-Audemer, Normandie) connue comme Laetitia Casta, est une actrice de cinéma, mannequin et réalisatrice française. En 1993, elle a été découverte sur une plage corse à l'âge de 15 ans par un photographe de « Madison Models », agence parisienne avec laquelle Casta a signé son premier contrat de mannequin. À partir de ce moment-là, Laetitia Casta a attiré l'attention de plusieurs photographes et stylistes, mais c'est Jean Paul Gaultier qui la fera défiler pour la première fois. Plus tard, elle deviendra la muse d'Yves Saint Laurent. En plus, de 1998 à 2000 elle a été l'un des anges de la prestigieuse marque de lingerie américaine « Victoria's Secret », et elle a été l'ambassadrice de « L'Oréal Paris » aussi, jusqu'en 2016. Il faut remarquer qu'en 1999, la jeune mannequin a prêté son visage au buste de Marianne, l'un des symboles de la République Française que l'on peut trouver à l'intérieur des mairies en France, comme l'on peut voir tout de suite après :



La Marianne est une figure allégorique incarnant la République Française. Son apparence est celle d'une jeune femme coiffée d'un bonnet phrygien. Elle symbolise les valeurs de la devise républicaine française : « Liberté, Égalité et Fraternité ».

Laetitia Casta est devenue une icône de la mode, surtout grâce au célèbre dessinateur Yves Saint Laurent. Cependant, à partir des années 2000, elle a décidé de laisser les défilés pour se consacrer au monde du cinéma. Cela a eu lieu grâce à son début dans le film « Astérix et Obélix contre César » (1999). Plus tard, Casta a joué le rôle de Brigitte Bardot dans le film « Gainsbourg, vie héroïque » (2010). En bref, elle est apparue dans 21 longs-métrages et aussi dans certains documentaires et courts-métrages. En plus, Laetitia Casta a touché le domaine du théâtre. Après avoir décidé d'abandonner le monde de la mode, l'actrice est réapparue dans le défilé de Louis Vuitton pour la collection automne-hiver 2010-2011. En outre, il est intéressant de remarquer qu'en 2016 la mannequin a présenté la réalisation de son premier court-métrage intitulé « En moi » au Festival de Cannes. Actuellement, la réalisatrice combine sa carrière cinématographique avec son travail de mannequin.

Aujourd'hui, il est difficile de définir un style de mode concrète de l'actrice, étant donné qu'elle a porté toutes les tendances, soit aux défilés, soit dehors les défilés. Toute de suite après, on essayera d'établir les looks les plus caractéristiques de Laetitia Casta.

1. La coiffure



Si Laetitia Casta est devenue très célèbre dans le monde de la mode et du cinéma, cela a été, notamment, grâce à sa belle chevelure, et aux coiffures très différentes qu'elle a porté. En 1999, Laetitia Casta avait encore ses longs cheveux châtain, naturellement bouclés. Cependant, souvent elle les portait lisses aux défilés de mode.



Depuis longtemps, la coloration est devenue une tendance très fréquente dans l'image de l'actrice. On l'a pu voir avec les cheveux roux pour une campagne publicitaire de L'Oréal, avec sa chevelure cuivrée et dégradée, ou même avec les cheveux blond platine au Festival de Cannes en 2009.



Les cheveux longs attachés en queue de cheval, ou repris en chignon haut ; en passant par les coupes, mi- longs ou à la garçonne.

2. Le maquillage



Depuis longtemps, Laetitia Casta s'est caractérisé par un maquillage léger : ses yeux bleus peu marqués par l'eye-liner noir et le rimmel, le fard à paupières bleu ou gris clair, et le fard à joues rosé. Cependant, parfois elle utilise le rouge à lèvres rouge, ou bordeaux.

3. Les vêtements et les accessoires

En ce qui concerne les vêtements, l'actrice a porté toutes les tendances, notamment aux défilés de mode et au Festival de cinéma de Cannes. Toute de suite après, on appréciera les looks les plus populaires de Laetitia Casta :

A. Les mini-rob



B. Les robes sur le tapis rouge de Cannes



2000



2013



2004



2015



2014



2017

C. Les défilés de mode



Victoria's Secret, 2000



Yves Saint Laurent, 2011



Yves Saint Laurent, 1999

D. Le smoking



La mannequin a porté dans certaines occasions le très célèbre smoking. Dans l'image au milieu, on peut voir Laetitia Casta accompagnée de son styliste préféré Yves Saint Laurent.

4. UTILISATION DE LA MODE ET LES MÉDIAS COMME MATÉRIELS DIDACTIQUES EN COURS DE FLE

4.1 Justification et Contexte

Après avoir vu l'évolution des tendances dans l'histoire de la mode, on va voir son application pratique en cours de FLE. C'est-à-dire, quelles activités peut-on en tirer pour préparer le cours de français langue étrangère ?

Toute de suite après, nous proposerons 6 séances, dans le but de montrer des exemples d'activités que l'on pourrait réaliser en cours de FLE, pour des élèves de la 1^{ère} année de Bachillerato, qui possèdent, habituellement, une base en ce qui concerne le vocabulaire des vêtements, et de la mode en général.

Les activités proposées sont conçues pour travailler : la compréhension et l'expression orale, la compréhension et l'expression écrite, et l'interaction. En plus, ces activités seront idéales pour un petit groupe (de 7 à 10 élèves).

Les trois premières séances concernent le thème des speakerines/présentatrices et des speakerins/présentateurs à la télévision ; la séance 4 est consacrée aux tribus urbaines ; la séance 5 est conçue pour travailler la presse, les magazines, et surtout, les personnages célèbres, les icônes de la mode en France à partir des années 60 ; et pour conclure, la séance 6 concerne l'exploitation didactique de la chanson « Tous les garçons et les filles » de François Hardy.

4.2 Séances

Séance 1 (55') : Les présentateurs/présentatrices à la télévision.

1) Activité d'introduction.

- Temps: 22 min
- Typologie: orale.
- Organisation: toute la classe.
- Description : Les élèves vont découvrir l'ancienne profession des « speakerines ». Le professeur devra expliquer que ce terme, apparemment d'origine anglaise, est, en réalité, créé par les français pour ce métier féminin à la télévision, et plus tard, le terme « speakerin est apparu » aussi. Pour montrer le métier de speakerine, le professeur va passer une première fois une vidéo où Pierre Tchernia rencontre les speakerines de la RTF (<https://www.youtube.com/watch?v=ae5qdpKbmKM>). Après avoir vu la vidéo, les élèves devront commenter brièvement, ce qu'ils ont compris.
- Input: « Bonjour, comment allez-vous ? Aujourd'hui nous allons découvrir une ancienne profession à la télévision : Les speakerines, un terme apparemment d'origine anglaise, qui est en réalité créé par les français pour ce métier féminin à la télévision. Par exemple, Catherine Langeais a été très populaire pendant les années 60. Après, le terme a été adapté pour les hommes : « speakerins », comme Olivier Minne, au début des années 90. Alors, on va voir une vidéo qui expliquera la profession des speakerines. Je vais passer la vidéo une fois, vous devrez être attentifs et vous pouvez prendre des notes sur une feuille ou sur vos cahiers, pour vous appuyer. Après la vidéo, vous allez commenter, brièvement, à l'oral ce que vous avez compris.
- Contenus: Aspects socioculturels et sociolinguistiques, compréhension orale : compréhension des éléments significatifs, formulation d'hypothèses sur le contenu et le contexte, production orale: exprimer le message avec clarté et cohérence, vocabulaire concernant la mode. S'appuyer sur et en tirer le plus de profit des connaissances vues au préalable.

- Matériel : un ordinateur avec une connexion internet, un projecteur, des hauts-parleurs, un tableau, et une craie ou un feutre.

2) Activité de renforcement

- Temps: 33 min
- Typologie: orale et écrite.
- Organisation: toute la classe.
- Description : Après une première visualisation, le professeur passera la vidéo une deuxième fois, et en même temps les élèves devront répondre par écrit, à un questionnaire apporté par le professeur. Les questions seront les suivantes :
 1. Définition du métier de speakerine.
 2. Dire si c'est vrai ou faux, concernant : les avantages et les inconvénients de ce métier, et les conditions pour être une bonne speakerine.
 3. Comment s'habillaient les speakerines pendant les années 60 ?
 4. Coiffure et maquillage des speakerines.
- Input: « Bon, après avoir vu ce que vous avez retenu, je vous donne ce questionnaire que vous devez remplir, je vais passer la vidéo une deuxième fois pour que vous puissiez bien répondre aux questions. Avant de mettre la vidéo, lisez bien le questionnaire et s'il y a un mot que vous ne comprenez pas, vous pouvez me demander. Vous devez répondre aux questions en même temps que je vais passer la vidéo. Après, on va corriger le questionnaire.
- Contenus: Aspects socioculturels et sociolinguistiques, compréhension orale, production orale et écrite: exprimer le message avec clarté et cohérence, vocabulaire concernant la mode. S'appuyer sur et en tirer le plus de profit des connaissances vues au préalable.
- Matériel : un ordinateur avec une connexion internet, un projecteur, des hauts-parleurs, un tableau, et une craie ou un feutre.

Séance 2 (55') : Les présentateurs/présentatrices à la télévision.

1) Récapitulation de ce qui a été fait lors de la dernière séance.

- Temps: 5 minutes.
- Typologie: orale.
- Organisation: toute la classe.
- Description: le professeur veut s'assurer que les élèves ont bien compris les contenus travaillés à propos du métier de speakerine/speakerin. Pour cela, il va poser quelques questions à ses élèves.
- Input: Bonjour, comment ça va ? Hier, on parlé de quoi ? on a fait quoi ? Alors, qu'est-ce que c'est le métier de speakerine ou speakerin ? Comment s'habillaient les speakerines ?
- Contenus: Aspects socioculturels et sociolinguistiques, production orale: exprimer le message avec clarté et cohérence, vocabulaire concernant la mode. S'appuyer sur et en tirer le plus de profit des connaissances vues au préalable.
- Matériel : un tableau et une craie, ou un feutre.

2) Activité d'introduction.

- Temps: 20 min
- Typologie: écrite.
- Organisation: en couples.
- Description: Les élèves vont préparer à l'écrit, deux par deux, un mini- dialogue. Il s'agit d'un entretien de travail. La télévision va engager des présentateurs et des présentatrices, étant donné qu'aujourd'hui ne dit plus le terme « speakerin » ou speakerine ». L'un des élèves doit jouer le rôle de l'intervieweur/intervieweuse et l'autre représentera le personnage du présentateur ou de la présentatrice, qui veut obtenir le poste de travail. Dans ce dialogue, le « présentateur » devra faire une description des vêtements qu'il porterait à la télévision, actuellement.

- Input: « bon, comme nous venons de voir, hier nous avons vu en ce qui consiste le métier de speakerine. Comme on sait déjà, le terme a été adapté pour les hommes sous le nom de « speakerin ». Cependant, aujourd’hui ce métier n’existe plus, étant donné qu’il a été remplacé pour les voix en off. Actuellement, on peut parler de « présentateurs » ou « présentatrices » à la télévision. Ils n’annoncent pas les émissions, mais aujourd’hui, vous allez jouer le rôle des speakerins et des speakerines modernes, c’est-à-dire, vous jouerez le rôle d’un présentateur ou d’une présentatrice qui va aller à un entretien de travail pour obtenir un poste à la télévision. Alors, vous devez vous regrouper deux par deux. Vous devez faire, par écrit, un petit dialogue où l’un sera l’intervieweur ou l’intervieweuse, et l’autre jouera le rôle du présentateur ou de la présentatrice. Il est indispensable que le présentateur fasse une description des vêtements qu’il porterait à la télévision, actuellement. Une fois finis les dialogues, vous allez jouer les rôles de vos personnages.
- Contenus: Aspects socioculturels et sociolinguistiques, production écrite: exprimer le message avec clarté et cohérence, vocabulaire concernant la mode. S’appuyer sur et en tirer le plus de profit des connaissances vues au préalable.
- Matériel : un tableau et une craie, ou un feutre.

3) Activité de renforcement.

- Temps: 30 min
- Typologie: orale.
- Organisation: en couples/toute la classe.
- Description: Les élèves vont jouer les rôles des personnages. Ils peuvent avoir leurs petits textes élaborés au préalable. Après, le professeur donnera à chaque élève une feuille qui contiendra une liste d’émissions à la télévision (un exemple : la liste des émissions à la télé, publiée dans un journal). Il explique aux élèves qu’ils devront rédiger ces informations à la maison, car chaque élève devra jouer le rôle d’un présentateur ou d’une présentatrice, en annonçant la programmation des émissions, pendant la séance prochaine. Chaque élève sera enregistré par une caméra vidéo. Après, le professeur et les élèves verront, en cours, les différentes vidéos. Puis, les fautes seront corrigées. Donc, ils doivent bien s’occuper de la rédaction, des formules

de politesse, et en plus, s'ils veulent, ils peuvent s'habiller avec les vêtements (ou des vêtements semblables) qu'ils ont décrit dans le mini-dialogue.

- Input: « Alors, vous avez fini vos mini-dialogues ? Maintenant, vous allez jouer le rôle de l'intervieweur et du présentateur, vous pouvez avoir vos textes avec vous. Et bon, je vais vous expliquer la tâche pour le prochain jour. Je vous donne cette feuille, il s'agit d'une liste d'émissions à la télé. Vous devez rédiger ces informations chez vous, car le prochain jour, vous devrez annoncer ces informations en jouant le rôle d'un présentateur ou d'une présentatrice. Vous serez enregistrés par une caméra, et après, nous verrons les vidéos pour corriger les erreurs. N'ayez- pas peur, vous pourrez avoir votre feuille, mais vous devrez regarder à la caméra aussi. En plus, vous ne parlerez que pendant 3-4 minutes. Donc, essayez de bien rédiger vos informations et si vous voulez, vous pouvez vous habiller avec les vêtements décrits dans vos dialogues, ou avec des vêtements semblables. Ceux qui ont, aujourd'hui, joué le rôle de l'intervieweur peuvent également s'habiller avec des vêtements appropriés pour présenter les émissions.
- Contenus: Aspects socioculturels et sociolinguistiques, production orale: exprimer le message avec clarté et cohérence, vocabulaire concernant la mode. S'appuyer sur et en tirer le plus de profit des connaissances vues au préalable.
- Matériel : un tableau et une craie, ou un feutre.

Séance 3 (55') : Les présentateurs/présentatrices à la télévision.

1) Activité de renforcement.

- Temps: 25 minutes.
- Typologie: orale.
- Organisation: individuellement.
- Description: Chaque élève va jouer le rôle du présentateur en annonçant la programmation des émissions, rédigée préalablement à la maison.
- Input: Bonjour, comment ça va ? Est-ce que vous avez bien rédigé vos informations chez vous ? Oh, vous êtes très beaux et élégants, est ce que vous êtes prêts pour

annoncer les émissions à la télé? Est-ce qu'il y a quelqu'un qui veut être le premier ?
On-y-va !

- Contenus: Aspects socioculturels et sociolinguistiques, production orale: exprimer le message avec clarté et cohérence, vocabulaire concernant la mode. S'appuyer sur et en tirer le plus de profit des connaissances vues au préalable.
- Matériel : une caméra vidéo.

2) Activité de correction.

- Temps: 30 minutes.
- Typologie: orale et écrite.
- Organisation: toute la classe
- Description: Après les interprétations des élèves, le professeur va reproduire les vidéos pour corriger les possibles erreurs qu'on peut trouver à la production orale, et écrite. Si ce n'est pas possible de corriger toutes les vidéos, le professeur peut consacrer du temps d'une autre séance pour finir de les corriger.
- Input: « Bon, très bien, merci de votre participation. Maintenant, on va reproduire les vidéos, et nous allons voir les possibles erreurs. Vous devez noter les fautes dans vos cahiers. Si on ne finit pas aujourd'hui, nous allons continuer avec la correction des vidéos le prochain jour.
- Contenus: Aspects socioculturels et sociolinguistiques, production orale et écrite: correction de l'erreur, exprimer le message avec clarté et cohérence. Vocabulaire concernant la mode. S'appuyer sur et en tirer le plus de profit des connaissances vues au préalable.
- Matériel : une caméra vidéo, un ordinateur, un projecteur, des haut-parleurs, un tableau et une craie, ou un feutre.

Ces trois séances permettraient de travailler avec un vocabulaire neutre des vêtements. En plus, les élèves travailleraient avec les médias, notamment Internet, et en même temps la télévision, étant donné que dans l'activité de renforcement 1 pendant la séance 3, ils imiteraient les présentateurs à la télévision. En outre, ces vidéos pourraient être publiées par les élèves dans un blog de la classe de FLE sur Internet.

Séance 4 (55') : Les tribus urbaines.

1) Activité de introduction

- Temps: 15 min
- Typologie: orale.
- Organisation: toute la classe.
- Description: Le professeur va introduire le concept de « tribu urbaine ». Pour cela, il va montrer aux élèves des photos des tribus urbaines apparues en France à partir des années 60 (les blousons noirs, les yéyés, les hippies, les punks...etc.). Les élèves devront deviner qu'il s'agit de tribus urbaines, décrire les vêtements, les accessoires, les coiffures, etc.
- Input: Bonjour, comment ça va ? Aujourd'hui, nous allons voir un nouveau concept. Je vais vous montrer des images, et vous devez me dire de quoi il s'agit. Eh, bon, alors, dans cette image, qu'est-ce qu'il y a ?, très bien, un groupe de personnes, comment ils se sont habillés ? Pourquoi ils se sont habillés de la même façon ? Est-ce que vous pouvez décrire les vêtements, les accessoires, les coiffures ?
- Contenus: Aspects socioculturels et sociolinguistiques, production orale: exprimer le message avec clarté et cohérence, vocabulaire concernant la mode. S'appuyer sur et en tirer le plus de profit des connaissances vues au préalable.
- Matériel : des images des tribus urbaines, un ordinateur, un projecteur, un tableau, une craie, ou un feutre.

2) Activité de renforcement 1.

- Temps: 25 min
- Typologie: orale et écrite.
- Organisation: toute la classe
- Description : Le professeur montrera une vidéo ou une présentation brève (power point, prezi, etc) à propos des différentes tribus urbaines apparues en France à partir des années 60, en montrant leurs pensées, leur musique et leur code vestimentaire. Les

élèves devront prendre des notes et après, le professeur posera des questions sur la vidéo.

- Input : « Maintenant, nous allons connaître un peu plus ces tribus urbaines. On va voir une vidéo qui va résumer les pensées, la musique, les vêtements, les accessoires et le maquillage des différentes tribus urbaines apparues en France à partir des années 60. En définitive, nous allons voir leur mode de vie. Vous devez prendre des notes et après on va commenter tous ces aspects »
- Contenus: Aspects socioculturels et sociolinguistiques ; compréhension orale : compréhension des éléments significatifs, mobilisation de l'information préalable, formulation d'hypothèses sur le contenu et le contexte ; production orale et écrite: exprimer le message avec clarté et cohérence ; vocabulaire concernant la mode. S'appuyer sur et en tirer le plus de profit des connaissances vues au préalable.
- Matériel: un ordinateur avec une connexion internet, des hauts- parleurs, un projecteur un tableau, une craie, ou un feutre.

3) Activité de renforcement 2.

- Temps: 20 min
- Typologie: écrite.
- Organisation: toute la classe
- Description : Après avoir approfondi un peu plus les connaissances sur les tribus urbaines, les élèves devront faire une petite rédaction en disant à quelle époque ils aimeraient retourner et pourquoi : est-ce qu'ils voudraient faire partie d'une tribu urbaine ? quelle tribu ? etc. Les élèves devront rendre la rédaction à la fin du cours.
- Input : Bon, très bien, alors, pour finir le cours, vous allez écrire une petite rédaction, minimum : 7-10 lignes. Vous devez dire à quelle époque vous aimeriez retourner et pourquoi, est-ce que vous aimeriez faire partie d'une tribu urbaine ? Si la réponse est non, vous devez dire pourquoi et commenter d'autres aspects. Si oui, quelle tribu ? pourquoi ? Vous devez me rendre le devoir à la fin du cours.
- Contenus: Aspects socioculturels et sociolinguistiques ; production écrite: planification, mobiliser et coordonner les propres compétences de base et communicatives afin de réaliser efficacement la tâche, exprimer le message avec clarté

et cohérence ; vocabulaire concernant la mode. S'appuyer sur et en tirer le plus de profit des connaissances vues au préalable

- Matériel: un tableau, une craie, ou un feutre.

Séance 5 (55') : Les magazines et les icônes de la mode.

1) Activité d'introduction 1 :

- Temps: 10 min
- Typologie: orale
- Organisation: toute la classe.
- Description : Le professeur facilitera aux élèves des couvertures de magazines tels que « Marie Claire », « Elle » et « Paris Match » et/ou d'autres. Brigitte Bardot, Jane Birkin, Laetitia Casta, Françoise Hardy, Catherine Deneuve, Serge Gainsbourg et d'autres artistes seront sur ces couvertures. Le but est d'introduire la presse et surtout le monde des artistes français, des icônes de la mode. Les élèves devront observer ces couvertures et dire s'ils connaissent les magazines et les artistes proposés. Généralement, les réponses seront : non ; oui, un peu, j'en ai entendu parler, etc.
- Input : Bonjour, ça va ? Aujourd'hui, je vais vous montrer ces couvertures des magazines français, observez-les, est-ce que vous connaissez ces magazines ? connaissez-vous les artistes des couvertures ? oui ? non ? Connaissez-vous d'autres magazines français ? est-ce que vous lisez un magazine, soit français, américain, international ?
- Contenus: Aspects socioculturels et sociolinguistiques, production orale : exprimer le message avec clarté et cohérence, vocabulaire concernant la mode. S'appuyer sur et en tirer le plus de profit des connaissances vues au préalable.
- Matériel: un tableau, une craie, ou un feutre.

2) Activité de introduction 2

- Temps: 15 min.
- Typologie: écrite.
- Organisation: en couples.
- Description : Le professeur facilitera des textes à propos des artistes français précédents: soit un article, un entretien, soit une biographie, etc. Les élèves liront un texte, deux par deux. Ils feront une première lecture rapide et ensuite, une deuxième lecture qui leur permettra de trouver les informations significatives.
- Input : « Vous devez vous grouper deux par deux, je vous donne un article concernant un artiste français icône de la mode. Je vous conseille de faire une première lecture rapide. Ensuite, une deuxième lecture pour trouver les informations significatives. S'il y a des termes, ou des expressions que vous ne comprenez pas, vous pouvez me demander ».
- Contenus: Aspects socioculturels et sociolinguistiques, compréhension écrite : la compréhension des éléments significatifs, vocabulaire concernant la mode. S'appuyer sur et en tirer le plus de profit des connaissances vues au préalable.
- Matériel: un tableau, une craie, ou un feutre.

3) Activité de renforcement

- Temps: 30 min.
- Typologie: orale.
- Organisation: en couples.
- Description : les élèves devront commenter les textes à l'oral : le type de texte, le contenu le plus important et donner son opinion à propos du texte, brièvement.
- Input : « Maintenant vous devez commenter les textes à l'oral. Quel type de texte avez-vous ? quel est le titre ? quels sont les contenus les plus importants ? Qu'en pensez-vous ? ».
- Contenus: Aspects socioculturels et sociolinguistiques, compréhension écrite, production orale, vocabulaire concernant la mode. S'appuyer sur et en tirer le plus de profit des connaissances vues au préalable.

- Matériel: un tableau, une craie, ou un feutre.

Séance 6 (55') : Exploitation didactique de la chanson « Tous les garçons et les filles » (F.Hardy).

1) Tâche dérivée de la dernière séance.

- Temps: 10 min.
- Typologie: orale.
- Organisation: groupes de trois ou quatre élèves.
- Description : Le professeur expliquera la tâche qu'ils devront rendre dans deux semaines. Les élèves doivent faire un travail de groupe (trois ou quatre personnes). Ils doivent choisir un personnage célèbre français icône de la mode des années 60, 70, 80, 90 ou 2000. Ils devront rédiger un article d'un magazine à propos du personnage choisi, comme s'ils étaient les rédacteurs de ce magazine. Donc, ils doivent penser à un titre pour le magazine, et ils doivent inclure des photos. Après avoir élu le personnage, ils doivent le communiquer au professeur.
- Input : « Bonjour, comment ça va ? Aujourd'hui, avant de commencer avec notre cours, je vais vous expliquer une tâche que vous devrez me rendre dans deux semaines. Il s'agit d'un travail en groupe, de trois ou quatre personnes. En premier lieu, vous devez choisir un personnage célèbre des années 60, 70, 80, 90 ou 2000. Ensuite, vous devez écrire un texte à propos de lui : soit un article, un entretien, soit une biographie. Bien sûr, vous devez dire les vêtements, les accessoires, et la coiffure qu'il porte, soit habituellement, soit dans un ou certains événements. Il s'agit de faire un article d'un magazine d'actualité et de mode, comme si vous étiez les rédacteurs et/ou les éditeurs. Donc, vous devez choisir un titre pour le magazine aussi, et vous devez vous concentrer sur le personnage. Vous devez inclure des photos. Je vous laisse 5 minutes pour former les groupes, et pour penser à votre personnage. Après, vous devez me dire le sujet de votre travail.
- Matériel: un tableau, une craie, ou un feutre.

2) Activité de renforcement 1 :

- Temps: 20
- Typologie: orale et écrite
- Organisation: toute la classe
- Description : Exploitation didactique d'une chanson : « Tous les garçons et les filles » de Françoise Hardy ». Les apprenants vont écouter la chanson deux fois (trois, si c'est nécessaire) pour compléter les trous et après corriger.
- Input : « Aujourd'hui nous allons travailler avec la chanson « Tous les garçons et les filles » de Françoise Hardy, l'une des icônes de la mode en France pendant les années 60. En premier lieu, vous allez écouter la chanson tranquillement, sans avoir les paroles. Soyez attentifs, car après nous allons travailler. Après avoir écouté la chanson une première fois, qu'est-ce que vous avez compris ? des idées ? Maintenant, vous allez écouter la chanson une deuxième fois, je vous donne cette copie avec les paroles de la chanson. Comme vous voyez il y a des trous que vous devrez compléter, en même temps que vous écouterez la chanson. (Si c'est nécessaire, nous pouvons écouter la chanson encore une fois). Bon, maintenant, on va corriger les trous, très bien.
- Contenus: chanson « Tous les garçons et les filles » de Françoise Hardy.
- Matériel: des photocopies contenant les paroles de la chanson, un ordinateur avec une connexion internet, des hauts- parleurs, un projecteur et un tableau (ou un écran).

3) Activité de renforcement 2 :

- Temps: 25
- Typologie: orale et écrite.
- Organisation: toute la classe.
- Description : Exploitation didactique d'une chanson : « Tous les garçons et les filles » de Françoise Hardy ». Après avoir complété les trous, le professeur va demander aux élèves quel est le thème principal de la chanson. Ensuite, le professeur travaillera le vocabulaire et la traduction de la chanson. Pour conclure, le professeur pourrait mettre encore une fois la chanson.
- Input : « Bon, maintenant que vous avez bien rempli les trous, vous pouvez me dire quel est le thème principal de cette chanson ? qu'est-ce qu'elle dit, Françoise Hardy ?

Ensuite, on va voir le vocabulaire et la traduction. Et pour finir... est-ce que vous voulez écouter la chanson encore une fois ?

- Contenus: chanson « Tous les garçons et les filles » de Françoise Hardy.
- Matériel: des photocopies contenant les paroles de la chanson, un ordinateur avec une connexion internet, des hauts- parleurs, un projecteur et un tableau (ou un écran).

5. Conclusion

Tout d'abord, ce travail m'a permis d'établir une chronologie concrète de l'histoire de la mode en France, pendant les années 1960, 1970, 1980, 1990 et 2000. J'ai pu constater qu'il a été difficile d'établir cette chronologie, étant donné que l'histoire de la mode en France coïncide, notamment, avec l'histoire de la mode en général. Ensuite, la richesse du monde de la mode m'a permis de créer des séances pour la classe de FLE, qui peuvent être très intéressantes pour les apprenants adolescents, toujours soucieux de suivre les dernières tendances, ou les modes en général.

En premier lieu, j'ai pu découvrir, à travers la mode, les différents modes de vie pendant ces années. C'est-à-dire, c'est grâce à la culture des tribus urbaines que les codes vestimentaires, la musique et les pensées se sont dévoilées.

De cette façon, les années 60, où les « blousons noirs » et « les yéyés » ont joué un rôle important, ont constitué toute une révolution dans la mode grâce au « prêt-à-porter » et à la mini-jupe. Cela a été très important dans l'émancipation de la femme, car elle a pu se libérer des contraintes sociales de l'époque.

Ensuite, pendant les années 70-80, cette libération de la femme s'est vue renforcée par le pantalon, un vêtement qui était réservé exclusivement aux hommes jusqu'à la fin des années 60, et qui a été porté par « les hippies », « les punks » et « les fans de disco ». La démocratisation de la mini-jupe et du pantalon pour les femmes a marqué un avant et un après dans l'histoire de la mode. En plus, la première semaine internationale de la mode à Paris (Paris Fashion Week) qui a eu lieu en 1973, a permis au grand public de découvrir le travail des dessinateurs, des mannequins et des maisons de mode, très importantes dans nos jours.

Les années 90 et 2000, ont constitué un recyclage de toutes les tendances précédentes. Ce mélange de vêtements, a inspiré de nouvelles tendances, comme par exemple, la culture de la marque et en contraposition, l'anti-marque. Généralement, on pourrait dire que la culture de la mode et de l'anti-mode se sont imposées pendant les années 90 et 2000. Les « grunges » et les « rappeurs » ont été des partisans de l'anti-mode.

En deuxième lieu, la divulgation de la mode dans les médias traditionnels tels que la presse, la télévision et le moderne Internet, a permis aux gens de suivre l'évolution des tendances tout au long de l'histoire. En plus, le cinéma et la musique permettent aussi la diffusion de la mode à travers la prolifération des artistes.

En troisième lieu, tous ces aspects peuvent être appliqués dans le cours de FLE. La mode a été, depuis très longtemps, un thème important dans la vie sociale, notamment pour la jeunesse, étant donné que les adolescentes essaient toujours d'apprendre à se connaître elles-mêmes, et pour cela, ils tentent de trouver un style. En d'autres termes, c'est dans l'adolescence que les jeunes commencent une recherche de sa propre personnalité, qu'ils reflètent finalement dans leurs vêtements, leurs accessoires, leur maquillage, leurs coiffures. En plus, pour trouver leur style, ils s'inspirent de leurs acteurs, leurs chanteurs, leurs mannequins ou leurs bloggeurs préférés. Ils reprennent donc les codes vestimentaires anciens et en plus, ils créent des nouveaux codes, étant donné que la mode change constamment.

Pour cette raison, j'ai proposé des différentes activités concernant le thème des présentateurs à la télévision, des tribus urbaines, des magazines et des icônes de la mode, ainsi que l'exploitation didactique de l'une des chansons plus populaires de la célèbre chanteuse française Françoise Hardy.

Par conséquent, il s'agit d'un joli thème qui peut intéresser les lycéens, et en même temps, ils peuvent apprendre des différentes façons de penser à travers les tribus urbaines.

Parallèlement, il peut s'agir d'un cours d'histoire à propos de l'évolution des tendances dans la mode. En plus, le monde des vêtements a une relation avec la musique, et même avec le cinéma. De cette façon, les apprenants peuvent établir des comparaisons différentes : entre la mode d'hier et la mode d'aujourd'hui, en remarquant qu'il n'y a pas beaucoup de différences, étant donné que la mode est un recyclage continu des tendances ; entre les pensées, la musique et le cinéma de l'époque de leurs parents et les pensées, la musique et le cinéma actuels.

En outre, aujourd'hui plus que jamais, les adolescents sont très attachés aux réseaux sociaux, ils peuvent suivre leurs artistes favoris à travers les comptes « Facebook », « Twitter », ou « Instagram ». En conséquence, Internet constitue un média très important dans la vie des jeunes. Ils peuvent comparer aussi les médias traditionnels tels que la presse et la télévision avec Internet et les modernes réseaux sociaux.

En bref, le sujet de ce travail de fin de master s'agit d'un thème transversal, où l'on peut trouver la compétence culturelle (la culture de la mode et le monde des médias), bien sûr, la compétence communicative en langue étrangère (la compréhension orale et écrite ; l'expression orale et écrite, et l'interaction), la compétence numérique (Internet, l'usage des réseaux sociaux), apprendre à apprendre (apprendre des nouveaux concepts en s'appuyant des connaissances préalables et des explications du professeur), et les compétences sociales et civiques.

6. Bibliographie/Webographie

Bibliographie

FIGUERAS, JOSEFINA. Historia de la moda: pasado presente y futuro. Madrid: Ediciones Internacionales Universitarias, coll. « Yumelia sociedad », 2012.

LAVER, JAMES. Breve historia del traje y la moda. Madrid: Cátedra, D.L., coll. « Ensayos arte Cátedra », 2005.

RIVIÈRE, MARGARITA. Diccionario de la moda: los estilos del siglo XX. Barcelona: Debolsillo, 2014.

WORSLEY, HARRIET. 100 ideas que cambiaron la moda. Barcelona: Blume, 2011.

BUXBAUM, GERDA; AFFATICATI, ANDREA. Iconos de la moda: el siglo XX. Barcelona: Electa, 2007.

ERNER, GUILLAUME. Víctimas de la moda: cómo se crea, por qué la seguimos. Barcelona: Gustavo Gili, 2015.

BARTHES, ROLAND. Système de la mode. Paris : Editions du Seuil, 1967.

Webographie

Portail de la Mode. « Histoire de la mode et du vêtement, de la préhistoire à nos jours ». <http://www.portaildelamode.com/histoire-mode/>

Collège Marcel Doret. « La mode ». http://college.vernet31.free.fr/2010-11/gr1/Faivre_Rossetti/index.php

Site officiel de la Fédération de la Haute Couture et de la Mode. <https://fhcm.paris/fr/la-federation/>

Fashion United. « Chronologie : l'histoire de la Fashion week de Paris ». <https://fashionunited.fr/actualite/mode/chronologie-l-histoire-de-la-fashion-week-de-paris/2017022412528>

Aasavina. « Petite histoire de la mode ». <http://aasavina.free.fr/spip.php?article146&artpage=9-13&lang=fr>

Marie Claire, « le look des années 60 ». <http://www.marieclaire.fr/les-looks-des-annees-60,698768.asp>

Born Bad Records. « Les blousons noirs (1961-1962) ». <http://www.bornbadrecords.net/releases/les-blousons-noirs-1961-1962/>

Jalons. « Le mouvement yéyé ». <http://fresques.ina.fr/jalons/fiche-media/InaEdu04747/le-mouvement-yeye.html>

L'obs. « La mini-jupe, scandaleuse des sixties, devenue un basique ». <http://tempsreel.nouvelobs.com/societe/20140207.AFP9504/la-mini-jupe-scandaleuse-des-sixties-devenue-un-basique.html>

Le grenier de l'AGFBL. « La presse féminine, de 1870 à nos jours ». http://agfbl.free.fr/presse_feminine.htm

Vidéo YouTube. Archive INA. « Pierre Tchernia rencontre les speakerines de la RTF ». <https://www.youtube.com/watch?v=ae5qdpKbmKM>

Vidéo Youtube. Archive INA. « Speakerine 1960 Catherine Langeais et le train de Noël ». <https://www.youtube.com/watch?v=0IfRL5ldb9g>

Marie Claire. « Les looks des années 70 ». <http://www.marieclaire.fr/les-looks-des-annees-70,697743.asp>

« El estilo de los hippies ». <http://elestilodeloshippies.blogspot.com.es/2010/08/movimiento-hippie.html?m=1>

La mode au fil de l'histoire. « Le mouvement punk ». <http://histoire-du-costume.blogspot.com.es/2012/05/le-mouvement-punk.html>

Nostalgie. « L'histoire du disco ». <http://www.nostalgie.fr/annees-70/actualites/l-histoire-du-disco-337065>

Le monde.fr. « La mode hip-hop s'expose sous toutes les coutures ». http://www.lemonde.fr/decodages/article/2015/05/13/la-mode-hip-hop-sous-toutes-les-coutures_4632998_4606750.htm