

Des habits et nous

le vêtement, vecteur de signes





Réalisation : Cultures&Santé asbl

Graphisme : Marina Le Floch
Texte : Cultures&Santé asbl

Éditeur responsable : Denis Mannaerts
148 rue d'Anderlecht,
B-1000 Bruxelles
Éducation permanente 2012
D/2012/4825/13

Cet outil peut être téléchargé sur notre site www.cultures-sante.be.
Il peut être commandé gratuitement, sous conditions,
auprès de notre centre de documentation
cdoc@cultures-sante.be
+32 (0)2 558 88 11

Imprimé sur papier recyclé

Avec le soutien de la Fédération Wallonie-Bruxelles



FÉDÉRATION
WALLONIE-BRUXELLES





Des habits et nous

le vêtement, vecteur de signes





TABLE DES MATIÈRES

- # 05 *Présentation*
- # 09 *Repères théoriques*
- # 17 *Repères pour l'animation*
- # 29 *Quelques ressources*



PRÉSENTATION



Histoire du projet

Lors d'un atelier mené par Cultures&Santé, une participante raconta une expérience au cours de laquelle elle eut le sentiment d'être prise pour quelqu'un de peu instruit en raison des vêtements traditionnels qu'elle portait. Elle vécut cette situation comme une injustice. Ce jugement porté sur elle à cause de son aspect physique lui parut totalement infondé. Cette anecdote suscita une discussion entre les participants de l'atelier qui engagèrent le débat sur les vêtements et la diversité de messages qu'ils peuvent renvoyer. Que reflètent de nous les vêtements que nous portons ?

De cet échange, est née l'idée de créer un outil d'animation sur les vêtements et les signes qu'ils renvoient.

Des habits et nous est un outil qui se veut participatif, il vise à susciter l'échange entre les participants, la réflexion et la co-construction de savoirs autour de la communication vestimentaire et de la relativité des messages. Au travers de nos vêtements, nous véhiculons des messages qui participent à la communication entre personnes, nos vêtements transmettent aux autres des informations sur nous-mêmes : des éléments identitaires, un état d'esprit, une

humeur, une appartenance... Mais ces informations peuvent être interprétées de manières multiples. L'interprétation des signes livrés au travers des vêtements dépend notamment des personnes, tant de celles qui portent les vêtements que de celles qui y lisent une information.

À travers des mises en situation, les participants auront l'occasion d'être à la fois **émetteurs** de signes au travers des vêtements puis, **récepteurs** de signes à interpréter. Par cet exercice, ils déconstruiront eux-mêmes la communication qui se joue au travers des vêtements, mettant en lumière la relativité de cette interprétation.

Le support s'articule autour de deux thématiques, garantissant ainsi une certaine cohérence :

- > les fonctions du vêtement ;
- > l'émetteur, les récepteurs et la relativité des messages véhiculés par les vêtements.

Chacune de ces 2 thématiques est exploitée au travers de repères théoriques et d'une étape d'animation. L'articulation entre les repères théoriques et l'animation est ainsi facilitée.



Objectif général

Prendre conscience que le vêtement véhicule des messages et que ceux-ci dépendent entre autres de l'émetteur et des récepteurs.



Public

Ce support d'animation est destiné aux professionnels des champs de la culture, de l'alphabétisation, de l'insertion socioprofessionnelle et du social qui travaillent avec des groupes de jeunes et d'adultes.

Les participants à l'animation ne doivent pas spécifiquement maîtriser la lecture pour participer, à condition que l'animateur dispose du temps nécessaire à la lecture des cartes « récits de vie » au sein de chaque sous-groupe (voir Repères pour l'animation). Si les participants sont d'un niveau « alpha débutant », il est préférable d'être deux professionnels pour mener la deuxième partie de l'animation *L'émetteur, les récepteurs et la relativité des messages véhiculés par les vêtements*.



Durée de l'animation

L'animation complète nécessite 2h30 au minimum.

Si l'animateur le souhaite et si les participants sont loquaces, chaque volet de ce support (*Les fonctions du vêtement et L'émetteur, les récepteurs et la relativité des messages véhiculés par les vêtements*) peut faire l'objet d'une animation de 2 heures en soi.

Libre à l'animateur d'adapter les pistes d'animation proposées ici en fonction du temps qu'il souhaite consacrer à cet outil.



Nombre de participants

Pour favoriser la dynamique et les échanges entre participants, il est conseillé de limiter le groupe à 15 participants.

Un minimum de 4 participants est nécessaire pour réaliser l'animation.



Contenu de l'outil

- > **1 manuel d'accompagnement** à destination des professionnels
- > **10 cartes « Récit de vie »**
- > **3 fiches « identité » vierges**, à photocopier pour chaque sous-groupe constitué à l'étape 2 de l'animation
- > **3 classeurs « vêtements »** avec 60 images par classeur
- > **3 supports « modèle »**

Cultures&Santé tient à remercier tous les participants de son groupe FLE, du CFBI et de Convergences qui ont contribué à la concrétisation de cet outil.



**REPÈRES
THÉORIQUES**

7

Les fonctions du vêtement

Pourquoi portons-nous des vêtements? Pourquoi s'habille-t-on? Ce geste quotidien va tellement de soi, est tellement automatique, que nous ne réfléchissons pas aux différentes raisons de nous vêtir.

Au-delà de la protection contre le froid, réponse première pour bon nombre de personnes, le vêtement remplit de nombreuses autres fonctions¹ dont nous n'avons pas toujours conscience. Aussi est-il intéressant de marquer un temps d'arrêt pour y réfléchir...



Le vêtement protège

Les tous premiers hommes ont commencé à se vêtir pour se protéger du froid. Aujourd'hui encore, une des premières fonctions du vêtement est de nous protéger du climat : du froid, de la chaleur, de la pluie, du soleil, du vent...

En dehors des éléments météorologiques, le vêtement nous permet également de nous protéger d'autres désagréments : des piqûres d'insectes, des morsures d'animaux, des écorchures... On porte un casque de protection sur un chantier, des brassières colorées avec des bandes réfléchissantes lorsque l'on est éboueur...

Si le vêtement remplissait la seule fonction de protection face à l'environnement extérieur, nous vivrions nus dès que le climat et les facteurs nuisibles nous le permettraient. Ce n'est pourtant pas le cas, on s'habille même lorsqu'il n'y a nul danger.

¹- Voir notamment :
DESCAMPS M.A., Psychosociologie de la mode, PUF, 1979, www.europsy.org/marc-alain/psyvet1.html
GHERCHANOC F. & HUET V., « Pratiques politiques et culturelles du vêtement », in : Revue historique 1/2007 (n° 641), pp. 3-30.

Le vêtement cache et montre le corps

Se vêtir est propre à l'homme et il semble que le vêtement soit une tendance universelle chez ce dernier.

L'être humain est le seul être vivant à avoir conscience de sa nudité. Complètement nu face aux autres, nous nous sentons gênés. Par pudeur, nous avons besoin de cacher certaines parties de notre corps et de nous habiller. À travers le temps et l'espace, même au sein des sociétés traditionnelles primitives, l'homme a toujours recouvert certaines parties de son corps. Le vêtement, dans la multiplicité de ses formes,

correspond, entre autres, à un besoin humain universel : répondre au sentiment de pudeur, qui lui-même varie. En effet, la ou les parties du corps qui font l'objet de pudeur varient selon les époques, les sociétés et les contextes (la plage, l'école, le lieu de culte...).

À l'inverse, le port d'un vêtement peut servir à attirer les regards sur une partie du corps ou à la sublimer. On choisira de porter telle tenue plutôt qu'une autre pour se rendre à une fête, car elle nous met plus en valeur.

Le vêtement communique

Le vêtement parle : que l'on en soit conscient ou pas, qu'on l'investisse intentionnellement ou pas de cette fonction, le vêtement livre à autrui nombre d'informations sur soi-même.

Les vêtements que nous portons nous permettent de nous exposer, de nous mettre en scène, de livrer une part de notre identité. « Le vêtement révèle autant qu'il cache. »²

La façon dont une personne s'habille dépend notamment de son **âge** et de son **sex**e. Mais elle ne se limite pas, loin de là, à ces deux caractéristiques. Le vêtement porté comporte des signes

renvoyant à l'appartenance socioéconomique de la personne, à ses convictions religieuses, à sa culture, à son rôle social, à son opinion politique, à ses valeurs...

À partir du vêtement, on peut supposer **l'époque et la région du monde** où vit la personne qui le porte. L'habit, est structuré par des codes socioculturels variables; chaque groupe élabore ses propres codes relativement divergents les uns des autres. Ce qui est jugé décent ou indécent est, par exemple, extrêmement différent selon les époques, mais aussi selon les régions du monde.

2 - GHERCHANOC F. & HUET V., « Pratiques politiques et culturelles du vêtement », in : Revue historique 1/2007 (n° 641), pp. 3-30

Chaque **groupe social** a des codes vestimentaires plus ou moins élaborés. Au sein d'une même société, ces codes peuvent varier selon les classes sociales. Selon les groupes sociaux, les codes moraux, les normes et les mœurs, les traditions varient, ce qui n'est pas sans influence sur les habitudes vestimentaires. Ne pas s'y conformer peut-être perçu par certains comme un non-respect, voire une insulte à la coutume, une volonté marquée d'un individu de se distinguer du groupe lui-même. À l'inverse, le vêtement peut être un moyen d'affirmer une identité, une appartenance à un groupe, un attachement à une culture. Par le vêtement qu'elle porte, une personne montre en partie à quel groupe social elle appartient ou celui auquel elle s'identifie et voudrait appartenir. Ainsi, de manière un peu caricaturale, si l'on désire s'habiller comme un homme d'affaire, on portera un costume cravate. Les uniformes, qu'ils soient militaires, religieux, scolaires ou autres nous informent sur la fonction réelle, fictive ou prétendue de la personne.

On ne s'habille pas non plus de la même manière selon **les événements** et les situations : selon que l'on aille à une fête de mariage ou que l'on se rende à des funérailles. Et les tenues adéquates pour ces événements ne sont pas universelles. Par exemple, dans nos régions la couleur traditionnelle du deuil est le noir, tandis que dans d'autres comme en Chine, c'est le blanc.



Ces codes vestimentaires formels ou informels, plus ou moins connus et maîtrisés par les membres d'une société, permettent à ces membres de jouer avec ceux-ci afin de livrer une version d'eux-mêmes qu'ils approuvent. Ainsi, chacun s'approprie les codes en vigueur selon ses expériences et selon sa personnalité. Le vêtement permet donc de livrer des informations sur soi, il participe à la **communication identitaire**. La séduction, l'envie de plaire à soi ou à autrui, passe également par le vêtement. Parer son corps d'attributs, se « faire beau », fait partie de la communication de soi, de son état psychologique. Magnifier son corps pour renvoyer une apparence soignée et préparée, ou a contrario, renvoyer une apparence négligée de soi, même si cette apparente négligence est très réfléchie, n'est pas anodin.

« Il [le vêtement] relève aussi bien d'attitudes attendues et reconnues par un groupe, par une société donnée, que de stratégies de distinction particulières ».³

Certains codes vestimentaires font l'objet d'une **règle morale ou juridique**. En France, en 1800, une ordonnance de police de la préfecture de Paris interdit aux femmes de porter le pantalon, vêtement masculin⁴. Lors de son apparition au début des années 1960, la mini-jupe faisait scandale dans certains pays, dans certains milieux. Plus récemment, depuis 2010, le règlement municipal de Castellammare, en Italie, interdit le port des mini-jupes, jugées indécentes⁵. Certains lieux de

culte exigent de tenues particulières et inversement, des signes religieux sont parfois interdits dans certaines institutions, comme des établissements scolaires par exemple.

Le vêtement est vecteur de signes, de messages et d'informations relatives à la personne qui le porte. Il participe réellement à la communication entre individus. **Il existe tant de subtilités et de variantes dans les vêtements que personne n'a la garantie que ses choix soient interprétés tels qu'il le projette et le souhaite.**

Facteurs influençant la façon de se vêtir

Il faut bien entendu noter que le choix des vêtements portés dépend également de toute une série de facteurs. Par exemple : les ressources dont dispose l'individu, ses moyens financiers, l'offre accessible, etc. ou encore ses obligations professionnelles (porter un uniforme de pompier, de militaire...). Les choix vestimentaires ne dépendent pas uniquement du choix des personnes.

3 - GHERCHANOC F. & HUET V., « Pratiques politiques et culturelles du vêtement. »,

in : Revue historique 1/2007 (n° 641), p. 3-30

4 - Comment le pantalon a pris le pouvoir, Entretien de Christine BARD in : Le point, août 2010

http://www.lepoint.fr/culture/comment-le-pantalon-a-pris-le-pouvoir-19-08-2010-1226549_3.php consulté en juillet 2012

5 - Miniskirts ban planned by Italian resort, article in : The Guardian, 25 octobre 2010

<http://www.guardian.co.uk/world/2010/oct/25/miniskirts-ban-in-italian-resort> consulté en juillet 2012

L'émetteur, les récepteurs et la relativité des messages véhiculés par les vêtements

La communication entre personnes est composée d'un ensemble de signes qui passent par la parole⁶ et d'autres, qui passent sans le recours à la parole.

La personne qui reçoit un message est bien sûr sensible aux mots ainsi qu'au vocal : intonations de la voix, silences, rires, exclamations... Cependant, la communication n'est pas qu'une histoire de mots. Elle est également faite de tout un ensemble d'éléments « non-verbaux »⁷, qui eux aussi participent à l'émission de messages. Parmi ces éléments, on retrouve, entre autres, la gestuelle, les attitudes, les mimiques faciales, les regards et... les vêtements que nous portons.

Que ce soit de manière intentionnelle ou pas, les vêtements que nous portons véhiculent des informations sur notre identité et notre personnalité. Même lorsque l'on ne veut rien exprimer sur soi, on communique « quelque chose » à travers sa tenue. Personne ne peut se vêtir de manière totalement neutre, tout vêtement fera toujours l'objet d'une interprétation par autrui. Chacun tentera, fût-ce de manière inconsciente, d'y trouver un message ou une information sur la personne qui le porte.

6 - Ou la langue des signes

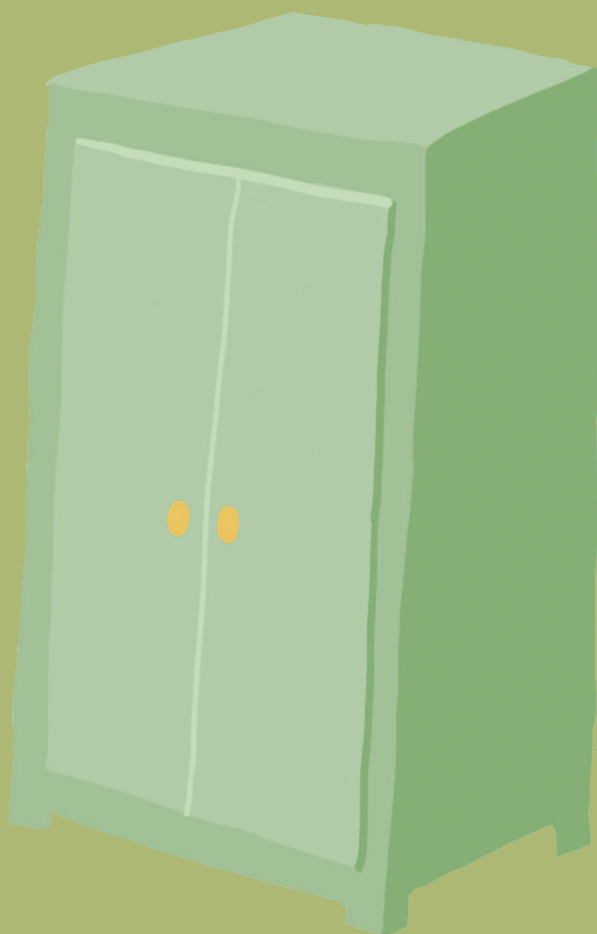
7 - Voir notamment WINKIN Y., *La nouvelle communication*, Paris, Seuil, 1981

Aussi, lorsque quelqu'un s'habille avec l'intention de communiquer des informations sur lui-même, en adéquation avec son état d'esprit, ses envies, sa personnalité ou son identité, il n'a aucune certitude quant à l'interprétation qui en sera faite par les autres.

Entre ce que je souhaite ou pas communiquer sur moi, à partir de mes choix vestimentaires, et ce que les autres vont interpréter, lire dans mes vêtements, il peut y avoir un monde de différence.

L'outil permet d'explorer cette relativité des signes véhiculés par les vêtements. La façon dont je m'habille renvoie-t-elle l'image que je lui associe? À l'inverse, ce que je perçois d'une personne, à partir de ce qu'elle porte, correspond-t-il à l'image que celle-ci souhaite transmettre ou à ce qu'elle veut faire paraître? Ce sont à ces questions que l'outil invite à réfléchir.





**REPÈRES
POUR L'ANIMATION**

L'animation telle que proposée ici est composée de deux étapes fondamentales. Chacune de ces deux étapes peut prendre plus ou moins d'ampleur, selon la dynamique du groupe et le cadrage fait par l'animateur. Libre à lui de laisser la parole circuler ou de centrer les propos sur les questions telles que proposées ici.

Chaque étape de l'animation correspond à un des repères théoriques proposés précédemment, à savoir :

- > Les fonctions du vêtement
- > L'émetteur, les récepteurs et la relativité des messages véhiculés par les vêtements

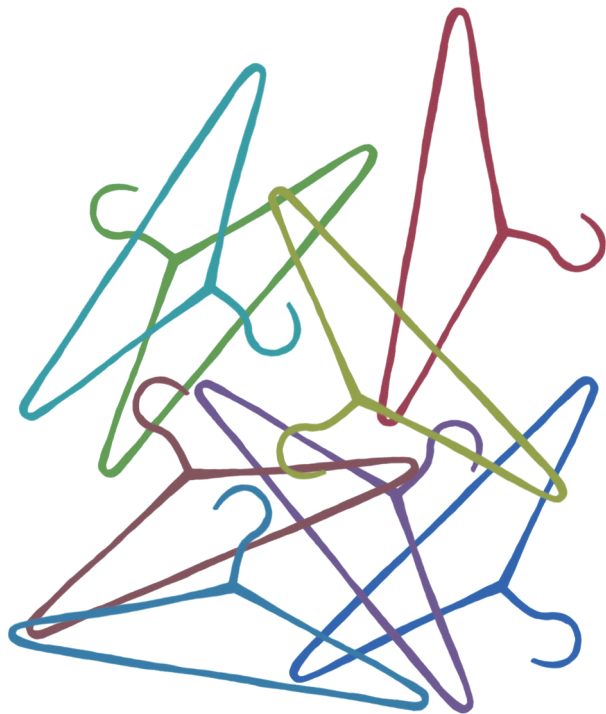
Elles sont conçues comme des étapes successives dans un processus progressif. Selon le temps dont dispose l'animateur et selon ses ambitions, il peut consacrer une séance d'animation complète à chaque étape d'animation.

Préalable général

Comme pour toute activité d'expression collective, il est important que l'animateur rappelle au groupe les règles d'écoute et de non-jugement entre participants.

La cohésion du groupe favorise la participation individuelle, l'interaction au sein du groupe. Une activité « brise-glace »⁸ introductive à l'animation favorise l'instauration d'un climat de confiance propice à une réflexion collective.

8 - DESBOIS M., DUGAILLY J., LOONTJENS A., MANGEZ N., PINOY T. et STERCQ C., Faire connaissance et participer, 1001 idées pour lancer une formation en alphabétisation, Collectif Alpha, 2010



Les fonctions du vêtement

Durée : minimum 30 minutes.

Objectif spécifique :

Prendre conscience de la diversité des fonctions que les vêtements peuvent remplir.

Brainstorming sur les différentes fonctions du vêtement

L'animateur note le mot « vêtement » au centre du tableau et soumet au groupe une première question ouverte suscitant l'expression. Il précise aux participants qu'il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse.

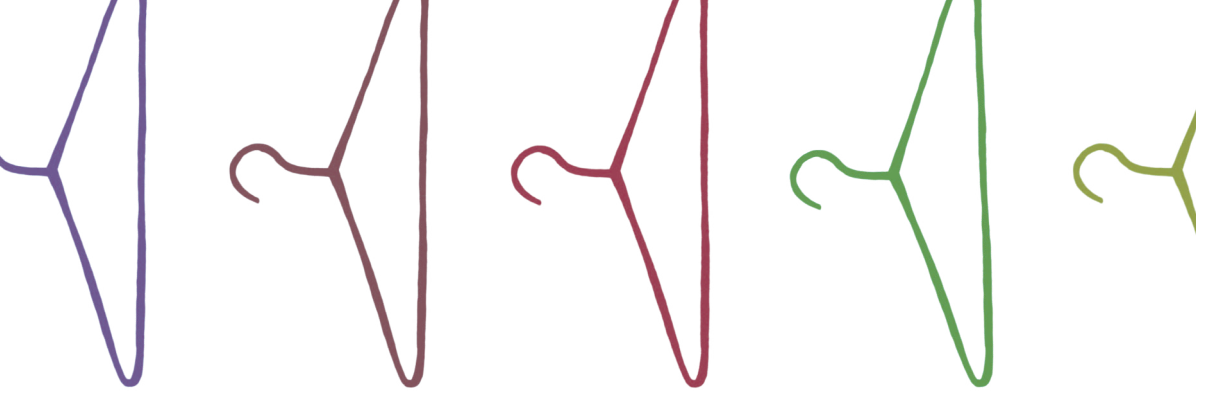
Suggestions de questions :

« Pourquoi portons-nous des vêtements ? »

« Pourquoi nous habillons-nous ? »

À tour de rôle, chaque participant s'exprime sur ce sujet. L'animateur recueille les réponses des participants et les note au tableau au fur et à mesure, sans regrouper les idées par catégories.

L'animateur laisse un temps d'expression au groupe, jusqu'à ce que les idées s'épuisent.



Catégorisation des réponses

L'animateur propose au groupe de relire l'ensemble des mots inscrits, tels qu'ils sont disposés au tableau. Il demande ensuite aux participants de former des groupes de mots reliés à la même fonction que remplit le vêtement.

« Quelles sont les familles de mots que vous pourriez former? »

« Quels sont les mots que vous pourriez relier entre eux, qui expriment la même idée? »

Les participants sont alors invités à relier les mots entre eux au tableau. Si certains mots ne s'apparentent à aucune des « familles » établies, ils peuvent servir de relance : à quel autre terme ce mot vous fait-il penser lorsque l'on parle de vêtement? Il s'agit alors de créer une nouvelle famille de mots.

Lorsque les familles sont établies, l'animateur demande au groupe de nommer ces catégories.

Si l'animateur estime que les fonctions telles qu'identifiées dans la partie théorique (**protection, pudeur, commu-**

nication) ne sont pas représentées, il peut ré-interpeller le groupe par d'autres sous-questions afin de compléter la (les) catégorie(s). En voici une liste non exhaustive; elle figure à titre de proposition pour l'animateur qui souhaite relancer le groupe et encourager l'émergence de nouvelles idées.

Une même question peut renvoyer à différentes fonctions du vêtement.

- > S'habille-t-on de la même manière toute l'année?
- > S'habille-t-on de la même façon partout dans le monde?
- > Habille-t-on systématiquement toutes les parties de son corps?
- > Quelle serait la première partie du corps qu'on habillerait?
- > S'habille-t-on de la même manière à 15 et à 60 ans?
- > S'habille-t-on de la même manière tous les jours?
- > Y a-t-il des occasions, des événements pour lesquels on choisit plus particulièrement ses vêtements?
- > Pourquoi a-t-on parfois ou souvent envie de s'habiller joliment?

Conclusion

Avant de finir l'animation, il est important de revenir sur la notion de communication, qui se joue notamment par les vêtements. L'animateur peut préciser ce qu'est la communication. De manière basique, nous proposons cette définition :

La communication est le fait d'entrer en relation avec quelqu'un, de lui transmettre une information. La communication suppose au minimum une personne qui émet un message, un message et une personne qui reçoit ce message. En situation de face à face entre les personnes, la communication de ce message passe notamment par l'oral, la voix, et par le corps.

Débriefing de l'exercice

Une fois les catégories nommées et définies, l'animateur peut interroger les participants sur la manière dont ils ont vécu l'exercice et ce qu'ils en retirent. Avaient-ils conscience de ces différentes fonctions ?

Remarque

Si la deuxième étape de l'animation a lieu à une date ultérieure, il est important que l'animateur conserve les catégories établies par les participants afin de pouvoir introduire cette deuxième étape par un rappel des fonctions du vêtement.

L'émetteur, les récepteurs et la relativité des messages véhiculés par les vêtements

Cette étape de l'animation est articulée autour de deux moments-clés :



Les participants sont émetteurs de messages : à partir d'un récit de vie, ils doivent sélectionner la tenue vestimentaire du personnage décrit. Par le choix de cette tenue, ils émettent un message, d'où l'appellation « émetteurs ».



Les participants sont récepteurs de messages : à partir de la tenue vestimentaire d'un « personnage habillé », ils sont invités à décrire la personnalité qu'ils prêtent à ce personnage. Ils sont donc placés dans le rôle de « récepteurs » de messages, qu'ils interprètent.

Suite à ces mises en situation et aux confrontations de représentations, le débat sur la relativité des messages véhiculés par les vêtements pourra être engagé.

Durée : environ 2 heures.

Objectif spécifique :

prendre conscience de la relativité des messages vestimentaires en fonction de l'émetteur et des récepteurs.

Préalable :

constituer des sous-groupes de maximum 5 participants, pour faciliter le dialogue entre eux⁹.

Un minimum de 2 sous-groupes de 2 participants est nécessaire pour réaliser l'animation.

Chaque sous-groupe reçoit un « classeur vêtements ».

Afin de faciliter la compréhension de cette partie de l'animation, il est préférable que l'animateur en explicite les

grandes lignes de déroulement (les 2 moments-clés : émetteur et récepteur) aux participants avant qu'ils n'entament le processus.

Si cette étape se fait à un moment ultérieur à la première sur « Les fonctions du vêtement » :

une synthèse de la première partie de l'animation est nécessaire si celle-ci a eu lieu dans un temps préalable. L'animateur reprend par exemple les différentes catégories de fonctions, telles que construites par le groupe. Il introduit cette deuxième étape en rappelant la fonction « communication » jouée par le vêtement.

Habiller un personnage : dans le rôle de l'émetteur



Chaque sous-groupe reçoit une « carte récit de vie » sur laquelle un personnage est décrit. Si les participants ne maîtrisent pas la lecture, l'animateur leur

lit la carte et vulgarise certains termes si nécessaire. Il s'assure de la compréhension du récit de vie par chacun des membres du sous-groupe.

En fonction des caractéristiques de ce personnage, le groupe débat et choisit la tenue vestimentaire de celui-ci parmi les différentes propositions du « classeur vêtements » (soit : un haut, un bas et une paire de chaussures).

En fonction de cette histoire, comment pensez-vous que cette personne s'habille au quotidien ?



Il est important que les autres sous-groupes n'entendent pas la description de la « carte récit de vie ».

⁹ - Ce qui fera maximum 3 sous-groupes, permettant de favoriser la dynamique lors de l'étape « Confrontation des représentations et analyse collective ».

Chaque sous-groupe doit parvenir à un consensus sur la tenue vestimentaire de son personnage. Par la suite, les participants devront pouvoir expliquer à l'ensemble du groupe ce qui a guidé leur choix (étape *Confrontation des représentations et analyse collective*).

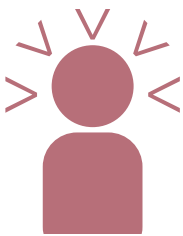
Quels sont les critères qui ont influencé le choix des vêtements ?

(Par exemple : « Notre personnage est sportif donc nous pensons qu'il porte un jogging ».)

Quels sont les accords et désaccords qui ont marqué votre discussion ?

Le sous-groupe retient ses critères et ne les explicite pas encore au reste des participants.

Décrire la personnalité du personnage habillé : dans le rôle du récepteur



Les personnages habillés sont échangés d'un sous-groupe à l'autre. Chaque sous-groupe reçoit alors une fiche d'identité vierge, qu'il doit remplir

d'après la tenue vestimentaire du personnage qu'il a sous les yeux.

D'après les vêtements portés par ce personnage, quels sont les traits de personnalité que vous lui prêtez ?

Comment l'imaginez-vous ?

L'animateur vient en aide aux participants afin qu'ils maîtrisent les critères d'identité tels que proposés sur la fiche d'identité. Il les aide également à compléter leur fiche s'ils n'y parviennent pas seuls.

Lors de cette deuxième phase, le sous-groupe doit également parvenir à un consensus. Il devra pouvoir expliquer ses choix par la suite (étape *Confrontation des représentations et analyse collective*).

Confrontation des représentations et analyse collective

Les sous-groupes se rejoignent.

Le procédé proposé ci-dessous est répété pour chacun des personnages créés.

- Un personnage habillé est présenté à l'ensemble du groupe ;
Dans un tableau de 2 colonnes, l'animateur restitue l'ensemble des informations suivantes :

| Récit de vie initial reçu par le sous-groupe émetteur | Fiche d'identité remplie par le sous-groupe récepteur |
|---|---|
| Âge, prénom, traits de caractère... | Âge, prénom, traits de caractère... |

- L'animateur lit le récit de vie initial du personnage, sur la base duquel l'un des sous-groupes a créé le personnage habillé (sous-groupe « émetteur »).

- L'animateur lit ensuite la fiche d'identité qui a été créée par un des sous-groupes pour ce personnage (sous-groupe « récepteur »).

- L'animateur invite les participants à relever les similitudes et les différences entre ces différentes informations. Chaque sous-groupe ayant travaillé le personnage présenté (le sous-groupe émetteur et le sous-groupe récepteur) peut alors s'exprimer sur ses critères de choix.

Le même exercice est répété pour chacun des personnages habillés par un sous-groupe.

Conclusion et débat

Au terme de cet exercice et des échanges suscités, l'animateur invite les participants à s'exprimer sur ce qu'ils ont ressenti durant l'animation. Il rebondit sur les éléments qui permettent d'appuyer la notion de relativité dans la communication vestimentaire.

Par quoi avez-vous été interpellés durant cette animation ?

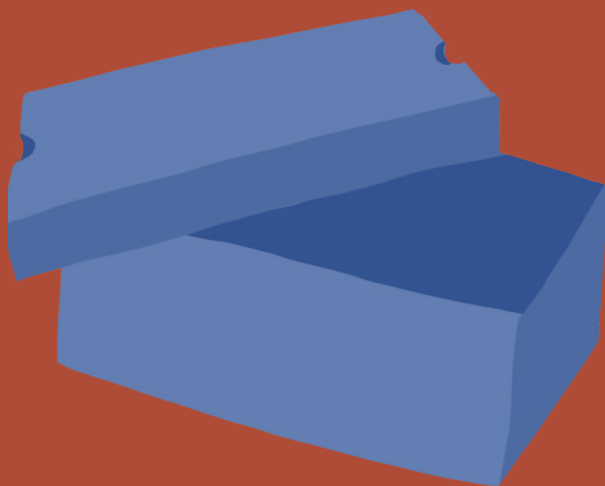
Habiller collectivement un personnage d'après un récit de vie a-t-il été facile ou difficile ? Pourquoi ? Avez-vous eu des désaccords ?

Construire collectivement la fiche d'identité d'un personnage habillé a-t-il été facile ou difficile ? Pourquoi ? Avez-vous eu des désaccords ?

Avant de vous mettre d'accord en sous-groupe, ces exercices (choisir les vêtements d'un personnage et décrire la personnalité d'un autre selon ses vêtements) vous demandaient-ils beaucoup de temps ? Aviez-vous déjà des idées de manière rapide, spontanée ?

Que souhaitez-vous retenir de cette animation ?

Les vêtements que l'on porte livrent des informations sur nous, sur notre appartenance à des groupes et sur notre personnalité. Toutefois, il existe tant d'interprétations possibles de ces vêtements comme signes identitaires qu'il n'est pas possible de les décoder et de percevoir quelle est la personne qui « se cache » derrière une tenue vestimentaire.



**QUELQUES
RESSOURCES**

Bibliographie

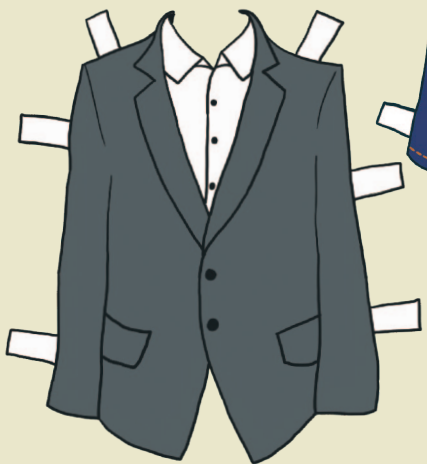
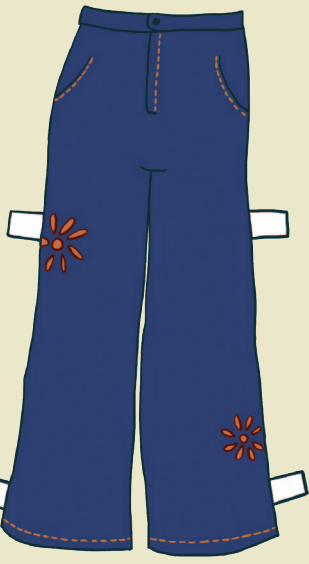
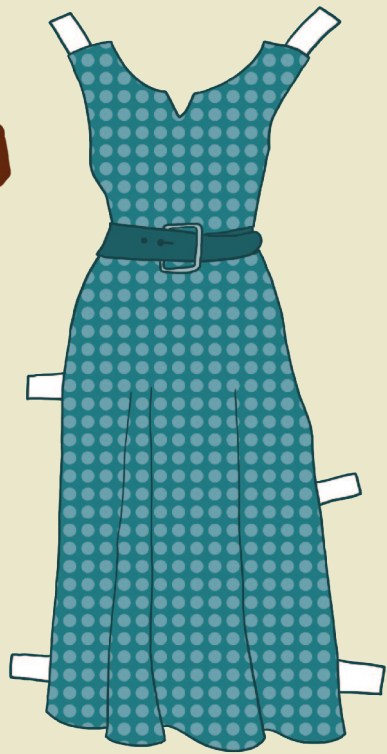
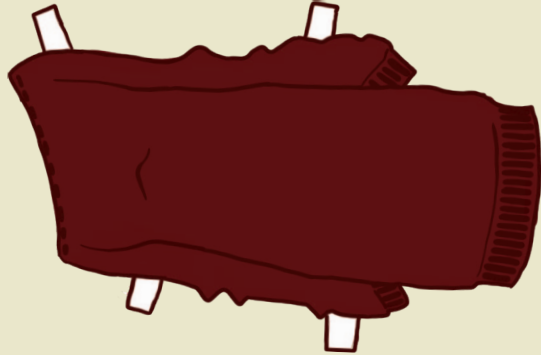
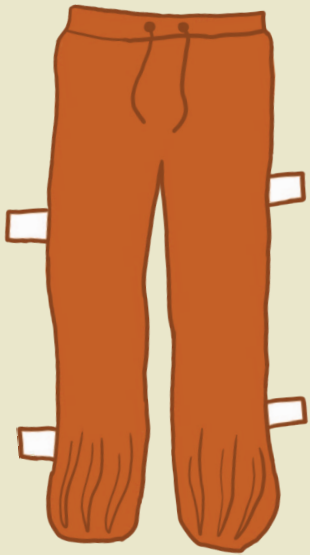
- > DESBOIS M., DUGAILLY J., LOONTJENS A., MANGEZ N., PINOY T. et STERCQ C., *Faire connaissance et participer, 1001 idées pour lancer une formation en alphabétisation*, Collectif Alpha, 2010
- > DESCAMPS M.-A., *La psychologie des vêtements*, article consulté en avril 2012
<http://www.europsy.org/marc-alain/psyvet1.html>
- > ESNOUT B. & LEGRAND P., *Bien communiquer par son look*, Paris, InterÉditions, 2010
- > GHERCHANOC F. & HUET V., « Pratiques politiques et culturelles du vêtement », in *Revue historique* 1/2007 (n° 641), pp. 3-30.
- > GILOT B., *Comment séduire ?*, article consulté en avril 2012
<http://www.lejournalenor.com/pagepsyparisrome.html>
- > HOUSSET F., *Pourquoi s'habille-t-on ?*, article consulté en avril 2012
<http://philovive.fr/?2007/01/08/54-pourquoi-shabille-t-on>
- > JACKSON D., HELMICK-BEAVIN J. & WATLAWICK P., *Une logique de la communication*, Paris, Seuil, 1979
- > ROY A., *Donnez une bonne image de vous. Plaisir d'être soi – look et marketing de soi*, Paris, InterÉditions, 2010
- > WINKIN Y., *La nouvelle communication*, Paris, Seuil, 1981

Les ouvrages proposés ici sont disponibles
au centre de documentation de Cultures&Santé

Ouvert le lundi, le mardi,
le mercredi & le vendredi
de 9h30 à 16h30

148, rue d'Anderlecht
B-1000 Bruxelles
+32 (0)2 558 88 11
cdoc@cultures-sante.be





www.cultures-sante.be