



EXTENSIONS
SÉMIOTIQUES

MÉDIATIONS DE LA MODE

Le secteur de la mode est en pleine restructuration : création, production et communication ont vu récemment se modifier en profondeur les temps et les lieux où la mode se fait et se dit.

Le présent ouvrage propose une description fine des lieux de passage – les défilés, les boutiques, les journaux, magazines et sites internet, les musées, l'espace urbain – où s'échangent les identités et les valeurs, traversées d'histoire, d'un domaine désormais incontournable parmi les pratiques culturelles.

Créateurs, marques, professionnels de la communication et consommateurs s'approprient en effet ces lieux comme autant de *médiations* afin de renouveler et faire signifier leur engagement dans la mode, jusqu'en sa dimension éco-citoyenne.

Pauline Escande-Gauquié et **Valérie Jeanne-Perrier** sont enseignantes et chercheuses à Sorbonne Université (CELSA, Faculté des Lettres). Elles animent un séminaire pluridisciplinaire autour de la mode et de ses médiatisations, à la croisée des sciences de l'information et de la communication et des sciences humaines et sociales.

Couverture : © P. Escande-Gauquié

www.editions-academia.be

ISBN : 978-2-8061-0612-4

14,50 €



MÉDIATIONS DE LA MODE



Pauline Escande-Gauquié
et Valérie Jeanne-Perrier (dir.)

Sous la direction de

**Pauline Escande-Gauquié
et Valérie Jeanne-Perrier**

EXTENSIONS
SÉMIOTIQUES



MÉDIATIONS DE LA MODE

