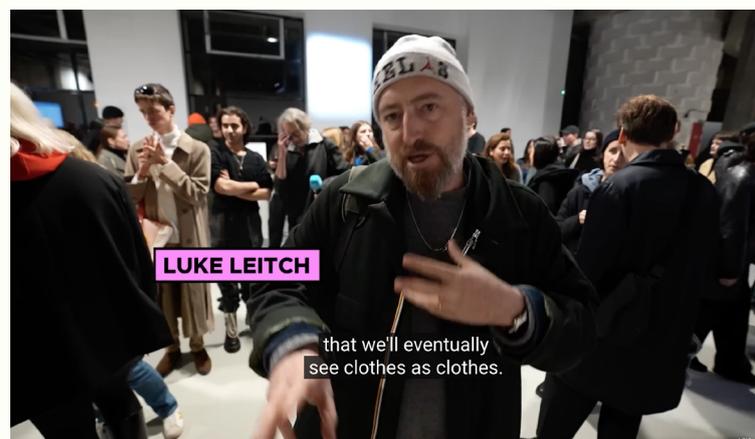


LES VÊTEMENTS ONT  
UN GENRE ET ILS  
TRANSITIONNENT  
RÉGULIÈREMENT



**Les vêtements** ont bien plus de genre que vous, leurs histoires, leurs cultures, et le nombre de personnes ayant participé à leur confection physique et méta-physique dépasse de loin votre petite procréation. Une pensée progressiste tente depuis peu de nier le genre des vêtements avec pour but affiché d'ouvrir l'exercice stylistique à tous. Cette théorie se base sur des faits historiques et anthropologiques bien concrets, les codes vestimentaires ayant déjà fait passer certaines pièces de vêtements et certaines couleurs d'un genre à un autre, en fonction des époques et des civilisations, alors le vêtement n'aurait en soit, pas de genre. Et tout le monde devrait être en droit de porter des pièces sans se soucier de ce facteur. Avant tout, je tiens à préciser ici que je ne vais pas parler de mode dite « androgyne ». Nous avons vu suffisamment d'Européens faire de l'oversize « d'inspiration » japonaise et c'est un niveau de réflexion bien trop plat pour que je puisse rebondir dessus.



Ce dont nous parlons ici est de toute pièce de vêtement féminin portée par un homme. Puisque, dans notre société, les femmes peuvent déjà mettre les vêtements des hommes, tant qu'elles n'ont pas l'air d'être des hommes quand elles le font. Mais pour moi, les vêtements ont bien un genre et le regain politique du militantisme trans nous le prouve. Les personnes trans ont pu démontrer à travers leur simple existence que le genre par lequel on identifie une personne passe bien plus par le vêtement que par la connaissance de son appareil génital. Les terfs, qui situent le genre dans la capacité de procréer et d'allaiter, feraient mieux de poster une vidéo où elles se prennent un gode dans la chatte tout en allaitant un nouveau-né pour prouver leur point plutôt que de parler dans le vent. Ainsi, le pouvoir culturel de nos vêtements est convoqué par les personnes trans pour, comme nous, performer le genre. Cette communauté nous permet également de reconsidérer l'argument selon lequel, les codes vestimentaires, en changeant le genre auquel sont destinées

certaines pièces, nierait le genre des vêtements. Considérons-nous alors qu'une personne trans en changeant de genre nierait le genre ? Ou n'affirme-t-elle pas plutôt sa capacité d'autodétermination en utilisant les codes culturels et donc vestimentaires du genre vers lequel iel se dirige ? Mais donc si l'on peut changer de genre le long d'une vie, qu'est-ce qui empêche à nos vêtements de changer eux aussi de genre ? Au rose de passer du masculin au féminin, aux talons et au maquillage de devenir strictement féminins et à la jupe d'alterner continuellement entre les genres ?

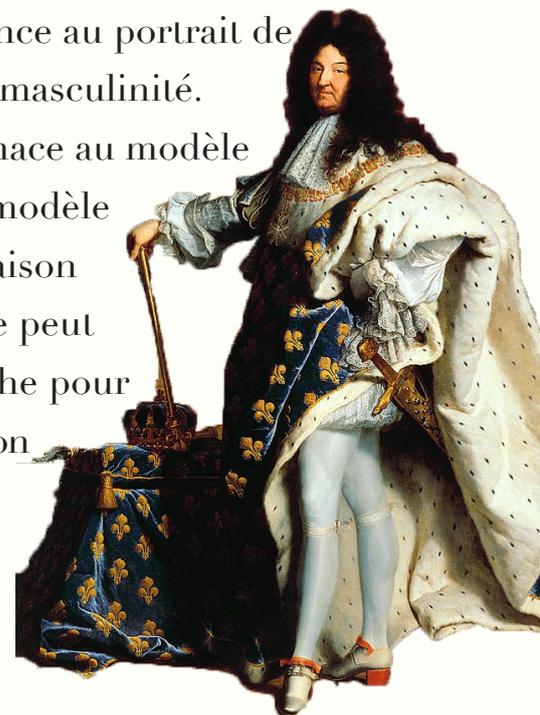
Je pense que les personnes niant le genre des vêtements rentrent, intentionnellement ou non, dans une revendication d'assimilation. Une assimilation portée par la mode. Il est, en effet, intéressant pour une industrie capitaliste d'augmenter sa clientèle en ouvrant son produit à tous les genres.

1. Luke Leitch, journaliste contributeur de Vogue au défilé Jeanne Friot AW23 filmé par Loic Prigent



S'il est vrai que le modèle hétérosexuel (et donc binaire) s'aligne le mieux avec le productivisme, cette ouverture ne signifie pas une remise en question des normes du genre. Elle est plutôt l'espoir de s'y insérer via un discours scientifique qui se revendique de la rationalité, comme quand on fait référence au portrait de Louis XIV pour montrer une expression différente de la masculinité.

Ce positionnement est loin de se définir comme une menace au modèle dominant. Il propose au contraire une insertion dans le modèle dominant comme une mode alternative adoubee par la raison d'une mode consensuelle. Ainsi, l'homme qui se féminise peut jouer de son statut de citoyen de la capitale d'un pays riche pour utiliser les codes culturels récupérés des luttes pour la libération sexuelle. Puisque ça ne signifie pas prôner une reconsidération du genre, du mariage, ou de l'hétérosexualité.



Ça signifie: « Je vais à la journée de la femme avec ma copine, car je suis en paix avec mon féminin intérieur et en plus j'ai une mère donc je comprends les femmes. »

Le branding du no-gender est généralement politisé comme la gayfriendliness. C'est une récupération des codes queers féministes, dépolitisés pour servir de marqueur social à ceux qui dominent ces mêmes groupes, en se travestissant d'un air révolutionnaire.

Si les vêtements n'ont pas de genre, la portée politique du port de la jupe par un homme est rendu nul, puisque ce n'est plus une destruction du genre ou une remise en question des codes du genre, mais une simple volonté de rendre hommage à la belle époque où nos couilles pouvaient voler au vent. Cette jupe pour homme devient alors un marqueur de progrès social pour se mettre en valeur culturellement dans une démarche classiste, sans que l'homme qui la porte ne soit nécessairement impliqué, outre le port de cette jupe, dans une action visant au progrès social.

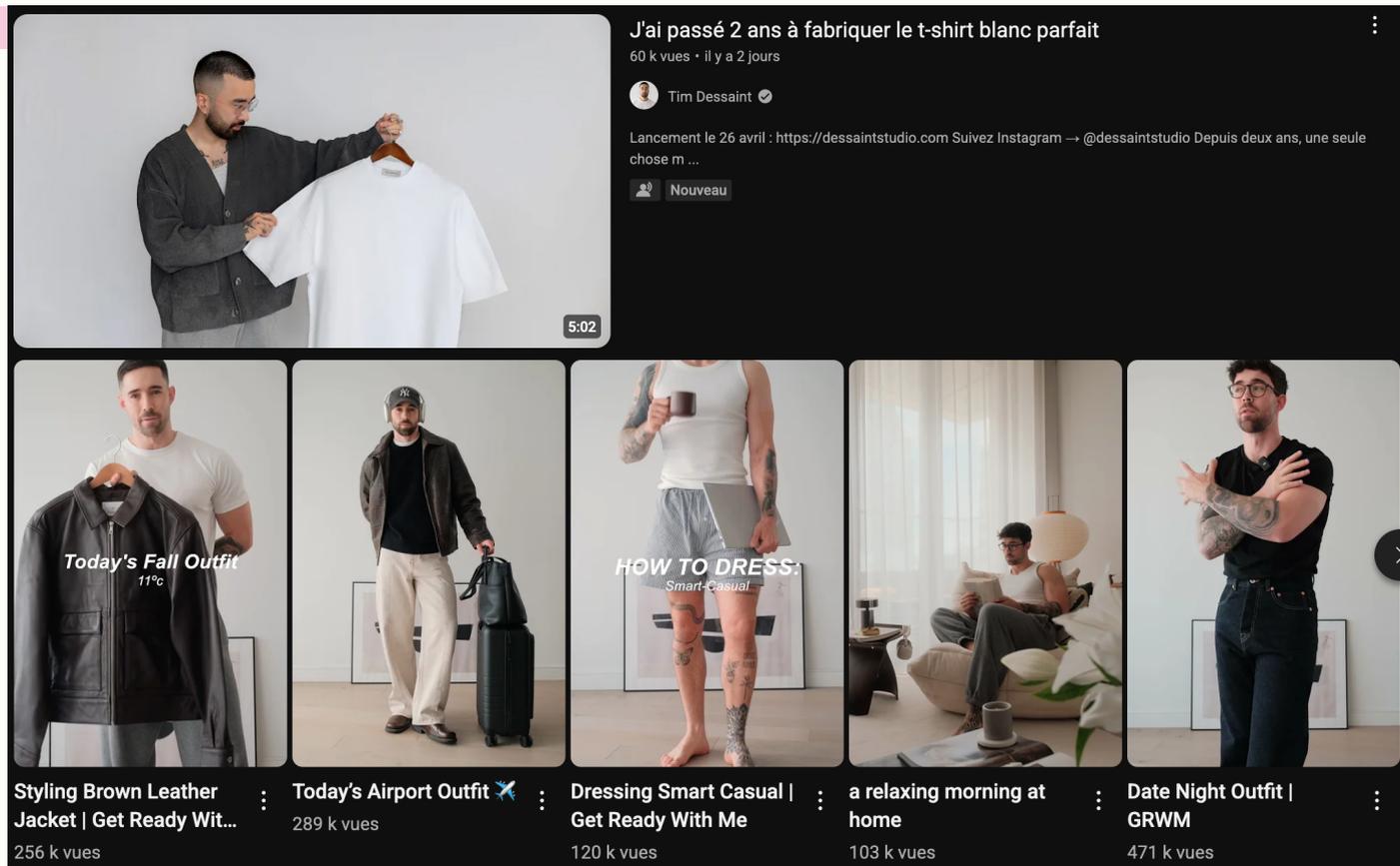
C'est un peu tout le problème de l'homme, et je précise l'homme et pas l'homosexuel, dans la mode. La mode étant associée à la féminité, les hommes sont piégés entre deux exercices stylistiques malhonnêtes. Ils prennent part à un exercice qui assume un intérêt pour leur propre physique sans la masculinité qui est accordée à la musculation via le sport. Alors soit, ils se doivent de contrebalancer leur style avec des pièces volontairement impersonnelles et masculines, pour fuir l'homophobie. Et donc arborer les chemises oxford qui historiquement dénigre la frivolité et la féminité qu'ils tentent d'intégrer avec leur vernis à ongles. Ou alors ils se plongent entièrement dans les pièces du registre féminin, associé aux femmes et/ou aux homosexuels. Ainsi malgré l'homophobie qu'ils pourront subir, du fait d'être dans une société où l'hétérosexualité est toujours mise en avant, ils vont se réapproprier culturellement la queerness.

Et donc être applaudis pour un style qui n'est audacieux que parce que c'est un homme qui le porte et pas un homosexuel. Dans les deux cas, les hommes ne peuvent être que des traîtres, car pour ne pas exploiter la féminité, il faudrait



soit qu'ils renoncent au style, en s'habillant dans le cimetière que l'on appelle mode masculine. Ici, ils creuseront des tunnels d'information sur l'imperméabilité de leur parka, le grammage de leur t-shirt et le selvedge de leur jean.

.2



Ou alors ils doivent participer à une action politique visant à revaloriser la parole des personnes sexisé.es afin que leur amour pour la culture queer féministe ne reproduise pas le modèle d'exploitation de l'amour hétérosexuel. Vous l'aurez compris, les profems en collier de perles Shein ont de beaux jours devant eux.



Les marques qui arborent ce style, définissent une direction artistique qui permet à leur clientèle, habituée à un féminisme de comptoir, de s'acheter une image révolutionnaire. De cette manière, la performance du genre à laquelle contribue le vêtement se délie progressivement de la culture alternative. Elle n'est plus la performance de marginaux pour remettre en question le système qui les oppresse, mais une performance des dominants pour se déguiser en marginaux. Les designers faisant partie de minorités sexuelles dont la culture est récupérée par le système ne font pour l'instant (et il serait intéressant de se demander comment pourraient-ils faire autrement) que participer à cette assimilation en travaillant dans l'industrie de la mode. Si c'est déplorable, cela nous permet d'écarter l'idée selon laquelle mettre les personnes concernées aux postes de direction suffirait à faire changer les choses.

Le vêtement/déguisement s'inscrit alors dans une politique visant à réduire la minorité dont serait issue la pièce de vêtement, la réduire à une esthétique, un visuel, une trend, un core, une vibe. Il n'est pas la porte d'entrée vers une vision du monde, comme porter des talons, une jupe et un sac à main feraient comprendre aux hommes à quel point les codes vestimentaires féminins réduisent la liberté de mouvement des femmes. Il est la mise en location d'une idée. Celui qui détient le pouvoir économique de la troquer peut s'en désolidariser sans aucun engagement.

Il n'y a pas cette volonté de se réapproprier la figure du monstre et d'assumer une tentative de destruction des normes dans des codes anarchiques. Mais plutôt l'espoir qu'à travers des preuves scientifiques, historiques et anthropologiques, la société qui oppresse se rende compte qu'elle n'opprime pas correctement et donc qu'elle devrait intégrer les personnes qui ne veulent pas entretenir leur identité de freaks. Elle récupérera ainsi une clientèle qui n'a plus besoin de se radicaliser pour résister à l'oppression. Cette société, leur propose un sentiment de marginalité qui les inclut tout de même via un mode de consommation mainstream. De cette manière, cette clientèle est intégrée avec la distinction qu'elle recherche.

## Notes

1. Traduction du discours de Luke Leitch:

«Je pense que ça fait partie du processus. Que nous finirons éventuellement par voir les vêtements comme des vêtements et pas comme pour homme ou pour femme. C'est autre chose. Les vêtements sont des vêtements. Ce n'est que du tissu.»

Loic Prigent, Loic Prigent (2023, 26 avril) PREMIER DÉFILÉ: JE SUIS OB-SÉDÉ PAR JEANNE FRIOT!!! Par Loic Prigent, <https://www.youtube.com/watch?v=4QZPou3imSQ> (consulté le 27/04/2025)

2. Tim Dessaint @TimDessaint et Daniel Simmons @imdanielsimmons sont deux influenceurs de mode masculine que j'ai choisis pour illustrer mon propos, car ils sont spécialisés dans le style basique et revendiquent ainsi une esthétique volontairement normale. Ils ont d'ailleurs tous deux utilisé leur influence pour créer leur marque de vêtement parce qu'il manque sans doute un t-shirt blanc ou un pull en laine bleu marine à votre garde-robe. Pour un équivalent français de cette mode à l'ambition particulièrement mesurée, je vous invite à regarder la chaîne de la marque BonneGueule @BonnegueuleTV.



Propriété Molard Club

Homosexuel de capitale, «Les vêtements ont un genre et i(e)ls transitionnent régulièrement», *Molard Club*, Mai 2025 [en ligne : <https://molardclub.fr/publications/publications.html>]