

# ZONEMODA JOURNAL 5 FASHION CONVERGENCE

ZoneModa Journal 5

*Fashion Convergence*

A cura di Antonella Mascio, Junji Tsuchiya

Nell'epoca attuale, dominata dalla cultura convergente, i media appaiono sempre più essenziali nella diffusione di narrazioni, immaginari, passioni collettive e configurazioni del gusto. L'erosione dei confini fra produzione e consumo determina una crescente relazione (e interdipendenza) fra le industrie mediali, i prodotti e le audience.

In questo contesto – caratterizzato soprattutto dalla diffusione delle risorse tecnologiche di connessione e dalle attività dei pubblici - la moda assume nuove forme e sviluppa nuovi linguaggi, amplificando le dimensioni comunicative già conquistate da tempo e insinuandosi in percorsi e modalità discorsive fino ad ora poco frequentati. Partecipa al successo di produzioni cinematografiche e televisive attraverso l'impiego di outfit ricercati, contribuendo alla creazione di atmosfere complesse che arricchiscono la narrazione: gli abiti utilizzati nei prodotti mediali si configurano infatti come una delle chiavi d'accesso al mondo delle fiction, definendone i personaggi e collocandoli nel loro contesto spaziale, temporale e culturale. Ne sono esempi alcune recenti film di successo (Il Grande Gatsby o Grand Budapest Hotel) e quality drama destinati sia ad un pubblico adulto (Mad Men, The Americans o House of Cards), sia a spettatori più giovani (Gossip Girl o Pretty Little Liars).

Dal punto di vista della ricezione, inoltre i pubblici hanno diverse possibilità di rintracciare e identificare i capi apparsi nei prodotti mediali, per mezzo dell'uso di ambienti online frequentati da utenti appassionati o tramite la fruizione di siti dedicati (un esempio è <http://www.looklive.com>). Il discorso moda presente nelle fiction (e non solo) entra infatti nelle conversazioni delle audience, nei blog e nelle pagine di Facebook dove gli utenti discutono degli abiti dei personaggi, delle calzature, degli accessori.

Anche l'ambito del videogame partecipa attivamente a questo processo per mezzo delle connessioni che vanno a incunarsi fra l'abbigliamento dei personaggi e la realizzazione dei medesimi capi per i player: un caso è quello della collaborazione fra il marchio Musterbrand e il gioco Metal Gear.

Il vestire diviene dunque, in molti prodotti mediali, una vera e propria performance di per sé, al punto da costituire uno specifico passaggio: quello che si realizza fra la finzione e il possibile ritorno alla realtà. Si potrebbe forse dire che la

relazione, un tempo ben definita e separata fra “in” fiction e “off” fiction è in alcuni casi soppiantata da una linea di forte continuità fra “in” e “off”, tanto da produrre sia effetti nella fiction stessa che nel mondo reale. In posizione diametralmente opposta si collocano esempi come The Iconoclasts di Prada (<http://theiconoclasts.prada.com>) che crea una forte contaminazione fra la visione onirica del cinema e il sogno della moda: le scene presentate nelle location della griffe sono tutte opportunamente curate da celebri costumisti (Milena Canonero, Arianne Phillips, Michael Wilkinson e Tim Martin).

ZoneModa Journal dedica il quinto numero all'esplorazione dei percorsi definiti dalle dinamiche convergenti, con l'obiettivo di approfondire gli aspetti relativi alle innovazioni comunicative e le attribuzioni di valore simbolico e semiotico che pongono in essere.

Alcune delle domande a cui il volume tenterà di dare risposta sono: in quali modi i pubblici mediali prendono parte al processo? In che misura le produzioni partecipano alla convergenza? Che ruolo assumono le griffe e i brand? Che tipo di effetti si producono? Quali narrazioni cross mediali vanno a realizzarsi? Quale forma assumono?

In tale prospettiva si richiedono contributi connessi – ma non limitati – ai seguenti temi e aree di ricerca:

- Convergenza mediale e moda
- Serie tv e moda
- Narrazioni, immaginari della moda e del gusto
- Fashion online nella prospettiva della cultura convergente
- Le griffe e i brand nella convergenza culturale
- Audience e fan-fashion: le prospettive della moda nei discorsi dei fan
- Idoli e celebrità come mezzi di comunicazione simbolica del fashion

L'abstract (max 2500 caratteri, scritto in italiano o inglese, in formato word - \*.doc) va spedito via e-mail al seguente indirizzo: [zonemodajournal@unibo.it](mailto:zonemodajournal@unibo.it)  
L'accettazione dell'abstract non garantisce la pubblicazione dell'articolo che sarà sottoposto a una procedura di valutazione e accettazione nota come “double-blind-peer-review” (doppio referaggio anonimo).

Date importanti:

- la scadenza per la consegna dell'abstract è il 10 Luglio 2015
  - la redazione informerà via e-mail della ricezione dell'abstract e invierà un parere entro il 20 luglio 2015
  - l'articolo finale dovrà essere inviato entro il 15 settembre 2015
  - entro il 1 ottobre 2015 agli autori sarà comunicato il parere dei revisori
  - entro il 1 novembre 2015 gli autori dovranno inviare alla redazione gli articoli eventualmente rivisti, nelle due lingue (italiano e inglese).
- La pubblicazione di ZMJ 5 è prevista per la fine del 2015

ZoneModa Journal dall'Anvur (Agenzia nazionale di valutazione della ricerca universitaria) è collocata in fascia "A" per l'area scientifico-disciplinare settore L1 - LINGUE, LETTERATURE E CULTURE INGLESE E ANGLO-AMERICANA ed è considerata rivista scientifica per le aree 10 e 11

guest editors: Antonella Mascio, Junji Tsuchiya **ZoneModa Journal** | [zonemodajournal@unibo.it](mailto:zonemodajournal@unibo.it) | Via Santa Chiara 40 | 47900 Rimini | Italy