

Les Images de l'Homme

Editors: Valentina Grassi & Pier Luca Marzo
Issue – n. 12, December 2018

La tension imaginative de l'Homme a toujours été orientée vers la conquête, avant tout, d'images capables de le représenter, de cartographier le territoire indéfini de sa nature et de son essence. À travers ces cartographies de l'imagination, il a cherché des parcours grâce auxquels il a pu atteindre lui-même, sans jamais y réussir pleinement. La question existentielle « qui suis-je ? » a montré de manière cyclique que la carte n'est pas le territoire. Et pourtant, cette errance identitaire est ce qui a transfiguré l'Homme à travers un véritable multivers d'images projetées par les visions du monde (*Weltanschauungen*) socialement et historiquement déterminées. Grâce à elles, l'Homme – qui est le seul animal à avoir honte de son corps – a re-vêtu sa nature d'une *peau* qui est celle de la culture, la faisant devenir *chair* de ses images à travers les technologies du corps : vêtements, bijoux, maquillages, tatouages, piercing, etc. Tout au long de ces processus, les images de l'Homme sont incorporées, interprétées et déformées jusqu'à ce qu'elles retournent dans l'instabilité du vide identitaire de l'humain, d'où tire son origine et s'épanouit un véritable écosystème de l'imagination, entre esprit et corps, intérieur et extérieur : entre individu et société, en continuel devenir.

Notre pensée traditionnelle a modifié de manière significative cet écosystème des images de l'Homme. A partir de la Modernité, la vie des images de l'Homme a commencé à se séculariser, à se géométriser selon un plan de perspective apparu à partir de l'humanisme. En effet, les formes esthétiques de l'époque moderne ne font qu'exprimer des images d'hommes et de femmes organisées selon un point de fuite téléologique et non plus théologique : de l'être fait à l'image de Dieu, l'Homme se modèle peu à peu à l'image de sa volonté de puissance. L'image "créaturale" de l'Homme laisse la place à une coexistence en lui de créateur et d'œuvre, de *homo creator* et *homo materia*, tout au long d'une perspective encore à découvrir. Dans cette constellation de sens, l'objectif du prochain numéro d'Im@go est celui de comprendre, à travers des approches transdisciplinaires, ces images de l'Homme produites :

- par la dimension archétypale sous-jacente aux images de l'Homme ;
- par la modernité et par ses configurations contemporaines ;
- par les utopies et par les dystopies sociales ;
- par la logique de marché rythmée par la production et la consommation ;
- par les visions anthropocentriques et ethnocentriques ;
- par les savoirs scientifiques ;
- par les modèles biotechnologiques de l'humain ;
- par le dualisme imaginal homme/animal ;
- par le bassin sémantique qui construit la complémentarité du féminin et du masculin ;
- par les produits et les échanges des médias ;
- par les univers symboliques esthétiques dans la vie quotidienne (mode, art, pop-culture, subculture, etc.) ;
- par la dimension religieuse ;
- par les représentations qui se focalisent autour de l'attention apporté au soi.

La revue Im@go recueille les propositions à partir des thèmes présentés, mais pas seulement.

Deadline des abstracts: 3 septembre 2018

Communications aux auteurs avant le 10 septembre 2018

Deadline des papers: 22 octobre 2018

Communications des referees: 12 novembre 2018

Révision finale avant le 26 novembre 2018

Les propositions peuvent être présentées en italien, anglais, français et espagnol, et elles peuvent parvenir à la rédaction et aux éditeurs en écrivant aux adresses suivantes :

rivistaimago@gmail.com ; valentina.grassi@uniparthenope.it ; marzop@unime.it.