

CFP pour le n°19 de *Genre en séries : cinéma, télévision, médias*

<https://journals.openedition.org/ges/>

(please scroll down for English version)

Repenser les représentations du genre à travers les costumes et la mode

Ce numéro de la revue *Genre en séries : cinéma, télévision, médias* se propose d'examiner les identités et les politiques de genre dans les imaginaires médiaculturels¹ par le prisme de l'analyse du costume et la mode. Depuis 2017 et les débuts du mouvement #MeToo, marquée par une remise en question des contenus médiatiques occidentaux, il est crucial d'analyser l'existence simultanée de stéréotypes et de représentations innovantes et critiques au sein des cultures visuelles contemporaines.

Pour interroger ce nouveau paysage complexe, ce numéro entend s'intéresser aux rôles joués par les costumes et la mode, simultanément envisagés comme des outils de maintien, de négociation et de subversions des codes visuels relatifs aux binarismes sexuels et genres. Par extension, nous souhaitons questionner les représentations du milieu de la mode et de la création vestimentaire, ce domaine faisant depuis trois décennies l'objet d'une mise en image grandissante (i.e. Moine 2017), allant des biopics consacrés à des créateurs (Coco Chanel, Yves Saint Laurent) aux fictions se déroulant dans l'univers de la mode – les magazines de mode (*Funny Face / Drôle de frimousse* de Stanley Donen en 1957, *The Devils Wears Prada / Le Diable s'habille en Prada* de David Frankel en 2006) ou le milieu du mannequinat (*Blow-Up* de Michelangelo Antonioni en 1968). À quoi s'ajoutent les documentaires (*Dior et moi* de Frédéric Tcheng en 2014, ou *Jeremy Scott : The People's Designer* de Vlad Yudin en 2015) ainsi que les séries (2024 s'ouvre avec la diffusion, respectivement sur Disney+ et Apple TV, de la série en 9 épisodes *Cristóbal Balenciaga*, centrée sur le créateur haute-couture des années 1950, et de *The New Look*, consacrée à l'histoire de la mode parisienne durant l'occupation nazie).

Pendant longtemps, la mode comme les costumes ont été négligés, objet d'approches restreintes dans les cultures académiques (voir, en France, Godart 2010, Monneyron 2010 ; et outre-manche Rocamora 2013). La frivolité, et surtout l'essentialisation de l'idée de mode comme « féminine » et reflétant la domination masculine, ont fait l'objet de critiques dans l'univers académique anglo-saxon depuis trois décennies, dans le prolongement de l'ouvrage rédigé par Elizabeth Wilson en 1985, *Adorned in Dreams : Fashion and Modernity*, estimant que la mode est fascinée par le genre et qu'elle ne cesse de définir et redéfinir ses frontières. À rebours des études féministes occidentales des décennies précédentes, qui critiquaient les représentations de mode comme des instances normatives consolidant l'idée de la différence de genre, Wilson propose une relecture qui renouvelle les approches de la mode et contribue à questionner le vêtement comme outil de formation et dépassement des genres orthodoxes occidentaux, alors que se constitue, à l'aube des années 1990, le champ académique des *fashion studies* sous l'égide de personnalités comme Valérie Steele qui fonde la revue *Fashion Theory* en 1997. De même, historiquement les HMC (habillage, maquillage, coiffure) ont été associés dans la recherche à des problématiques concernant les actrices, excluant

¹ Voir Maigret, Éric, & Macé, Éric. (2020). *Penser les médiacultures : nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*. Bordeaux: Bord De L'eau.

tout sujet sur la masculinité comme l'ont soulevé Stella Bruzzi, ou plus récemment Pamela Church Gibson et Liewella Chapman. Ainsi la dynamique des *fashion studies* anglo-saxonnes questionne les féminités, les masculinités, mais aussi les dimensions post-genre des identités queers et fluides tout en prenant en compte les paramètres de race, de classe, d'âge et sexualités.

Outre ces dimensions, notons que la mode dépasse le champ marchand et qu'elle fait partie, en tant qu'industrie, du champ médiatique et culturel car elle participe à la fabrication de médiations², comme le soulignent les travaux d'Eleni Mouratidou en France. De son côté, Nick Rees Roberts questionne le territoire du *fashion film* à l'ère des médias sociaux numériques imposant des contenus diffusables et partageables. Ainsi, selon ce dernier, le sens du terme *fashion film* mute, dans la mesure où il ne désigne plus seulement les contenus produits par les industries de la mode et du luxe, et questionne ainsi les frontières entre les industries créatives et médiatiques. Par ailleurs, comme le note Suzanne Ferris dans son étude publiée en 2021, portant en partie sur les longs métrages de Sofia Coppola, lesquels peuvent difficilement être rattachés à une définition orthodoxe des films de mode, le vêtement et la mode sont des éléments narratifs centraux dans l'univers de la cinéaste. La chercheuse souligne que, comme dans de nombreuses productions visuelles, le costume joue un rôle essentiel dans la représentation sociale des personnages et dans la mise en avant des performances de genre qui leur sont associées. Ainsi, de nombreuses productions montrent que les HMC (habillage, maquillage, coiffure) jouent un rôle essentiel dans la construction du film rapprochant ces derniers de la catégorie *fashion film*.

Le projet de ce numéro est donc d'explorer un corpus allant au-delà du *fashion film* au sens strict du terme du *fashion film* pour s'intéresser conjointement au rôle du costume (HMC) et de la mode dans les mises en image des identités de genre et rapports genrés dans les médiacultures contemporaines. Il s'agit de dépasser l'essentialisation de la mode et du costume comme instance normative du binarisme genré et de questionner plus précisément l'équilibre instable entre innovation et conservatisme à l'œuvre dans les représentations médiatiques contemporaines. Au carrefour des études de costumes, des *fashion studies* et des études de genre, le projet scientifique de ce numéro consiste à instaurer des échanges pluridisciplinaires et de contribuer à une compréhension approfondie et actualisée des recherches internationales, tout en prenant en compte les spécificités des approches de recherche françaises en matière de mode et de costume.

À titre indicatif, les contributions pourront s'inscrire dans les thématiques suivantes :

- 1. Mode et costume dans les médias populaires contemporains**
- 2. Représentations des identités par le HMC**
- 3. Habillage, maquillage et coiffure dans les films centrés sur des transformations (genre, classe, époque, etc.)**
- 4. Habillage, maquillage et coiffure dans les films issus de la culture *queer***
- 5. Représentations des couturiers/couturières et des métiers de la mode**
- 6. Relations entre des acteurs/actrices et des couturiers/couturières**

² Voir Mouratidou, E. (2020). *Politiques de re-présentation de l'industrie de la mode. Discours, dispositif, pouvoir*, Londres : ISTE. Dans ce titre l'auteur examine les transformations de l'industrie du luxe marchand en instance de loisir produisant un nombre varié de médiation culturelle tels que de courts-métrages.

Modalités de soumission des propositions d'articles :

Les articles soumis ne doivent pas avoir fait l'objet de publication dans une autre revue ou actes de colloque.

Rédigées en français ou en anglais, les propositions seront composées d'un argumentaire d'une longueur de 500 mots minimum (800 maximum), d'une courte notice biographique et d'une bibliographie indicative. Elles sont à envoyer avant **le 20 septembre 2024** à guillaumejaehnert@gmail.com et manonrenault@yahoo.com en mettant la revue en copie (genreenseries@gmail.com). Une réponse sera donnée d'ici le **30 octobre 2024**. Les articles devront être rendus pour le **30 janvier 2025**. Ils seront ensuite soumis à une expertise en double aveugle pour une publication prévue à **l'automne 2025**.

Rethinking and Redefining Gender Representations through Costumes and Fashion

This issue of the journal "Gender in Series: Cinema, Television, Media" aims to examine identities and gender politics in media and cultural³ imaginaries through the lens of costume and fashion analysis. In a post #MeToo era, marked by a questioning of Western media content, it is crucial to analyze the simultaneous existence of stereotypes and innovative, critical representations within contemporary visual cultures.

To analyze this complex new landscape, this issue proposes to examine both the roles of costumes and fashion, simultaneously considered as tools for maintenance, negotiation, and subversion of visual codes related to sexual and gender binaries. By extension, we aim to question representations within the fashion industry and clothing design, a field that has increasingly been subject to visual portrayal over the past three decades (e.g., Moine 2017), ranging from biopics about designers (such as Coco Chanel, Yves Saint Laurent) to fiction set in the fashion world—fashion magazines (Stanley Donen's "Funny Face" in 1957, David Frankel's "The Devil Wears Prada" in 2006), or the modeling industry (Michelangelo Antonioni's "Blow-Up" in 1968). Additionally, there are documentaries (Frédéric Tcheng's "Dior et moi" in 2014, Vlad Yudin's "Jeremy Scott: The People's Designer" in 2015), as well as series (2024 opens with the 9-episode release of "Cristóbal Balenciaga" on Disney+, focusing on the haute couture creator of the 1950s, or "The New-Look," dedicated to the history of Parisian fashion during the Nazi occupation and aired on Apple TV).

For a long time, fashion and costumes have been neglected and subject to stereotypes in academic cultures (see, in France, Godart 2010, Monneyron 2010; and in the UK, Rocamora 2013). Frivolity, and especially the essentialization of the idea of fashion as "feminine" and reflecting male dominance, have been criticized in Anglo-Saxon academic circles for three decades, following Elizabeth Wilson's 1985 work, *Adorned in Dreams: Fashion and Modernity* which argues that fashion is fascinated by gender and continually redefines its boundaries. In contrast to previous Western feminist studies critiquing fashion representations as normative instances reinforcing gender differences, Wilson offers a reinterpretation that renews fashion approaches and contributes to questioning clothing as a tool for shaping and transcending orthodox Western genders, as the academic field of fashion studies emerged in the 1990s under figures like Valérie Steele, who founded the journal *Fashion Theory* in 1997. Thus, the dynamics of Anglo-Saxon fashion studies question femininities, masculinities, as well as post-gender dimensions of queer and fluid identities while also considering the roles of race, class, age, and sexualities.

Beyond these dimensions, it is notable that fashion extends beyond the commercial realm and is part of the media sphere as an industry, overseeing the creation of mediations, as highlighted by the works of Eleni Mouratidou in France. On the other hand, Nick Rees Roberts explores the territory of fashion film in the era of digital social media, where shareable and consumable content is paramount. According to Roberts, the meaning of the term "fashion film" is evolving, no longer solely referring to content produced by the fashion and luxury industries but also questioning the boundaries between creative and media industries. Additionally, as noted by Suzanne Ferris in her 2021 study, which partly focuses on Sofia Coppola's feature films not fitting the orthodox definition of fashion films, clothing and fashion are central narrative elements in the filmmaker's universe. Ferris emphasizes that, as in many visual productions, costumes play a crucial role in the social representation of characters and in highlighting the gender performances associated with them. Thus, numerous productions demonstrate that the role of Hair, Makeup, and Costume (HMC) is central to shaping a gendered interpretation. This is felt on both sides of the screen, as confirmed by Professor and costume designer Deborah Landis (2010), who sees costume creation as a queer and feminist space, both in the resulting silhouette on-screen and in the teams that comprise this field. Widely studied for

³ or mediacultural imager to refer to the French concept of *Mediacultur*. See Maigret, Éric, & Macé, Éric. (2020). *Penser les médiacultures : nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*. Bordeaux: Bord De L'eau.

their aesthetic dimension, HMCs have in recent years been analyzed from gender studies perspectives. While the term "clothing" is given an entry in the "Critical Encyclopedia of Gender," we propose, through this issue, to approach this dimension through its mediation on the screen through costumes in connection with the roles and actors who wear them. Moreover, Stella Bruzzi, and more recently Pamela Church Gibson and Llewella Chapman, criticize the historical exclusion of masculinity issues in research, preferring to focus on the distinctly feminine quality of clothing.

The aim of this issue, therefore, is to explore a corpus that goes beyond the confines of the fashion film to simultaneously examine the role of costume (HMC) and fashion in the visualization of gender identities and gender relations in contemporary mediacultures. It seeks to move beyond the essentialization of fashion and costume as normative instances of gender binaries and to question more precisely the delicate balance between innovation and conservatism at work in contemporary media representations. At the crossroads of costume studies, fashion studies, and gender studies, the scientific project of this issue is to establish interdisciplinary exchanges and contribute to a thorough and updated understanding of international research, while considering the specificities of French research approaches in fashion and costume⁴.

As an indication, contributions may address the following themes:

1. Fashion and costume in contemporary popular media
2. Representations of identities through HMC
3. Costume, makeup, and hairstyling in films depicting gender, class, or period transformations
4. Costume, makeup, and hairstyling in films from queer culture
5. Representations of designers and fashion professions
6. Relationships between actors/actresses and designers

How to submit article proposals:

Submitted articles must not have been published in another journal or conference proceedings.

Proposals, written in French or English, should include an abstract of at least 500 words (maximum 800 words), a short biographical note, and an indicative bibliography. Please send your proposals by September 20, 2024, to guillaumejaehnert@gmail.com and manonrenault@yahoo.com, with the journal copied in (genreenseries@gmail.com). A response will be provided by October 20, 2024. Full articles are to be submitted by January 30, 2025. They will undergo a double-blind peer review process for publication scheduled for autumn 2025.

⁴ and participate to describe the landscape of French research about clothing, styling and fashion (Bass-Krueger et Kurkdjian 2018).

Indications bibliographiques / References

Barbier Pascal ; Bargel Lucie et Beaumont Amélie (*et al.*) (2016), « Vêtement », dans Juliette Rennes (dir.), *Encyclopédie critique du genre*, Paris, La Découverte, 2016, p. 659-669.

Bruzzi Stella (1998), *Clothing and Identity in the Movies*, Londres, Routledge.

Chapman Llewella (2021), *Fashioning James Bond: Costume, Gender and Identity in the World of 007*. London, England, Bloomsbury Academic.

Church-Gibson Pamela (2012), *Fashion and Celebrity Culture*, Londres, Berg.

Ferriss Suzanne (2021), *The Cinema of Sofia Coppola the Cinema of Sofia Coppola: Fashion, Culture, Celebrity*. London, England, Bloomsbury Academic.

Gaines Jane; Herzog Charlotte (1990), *Fabrication, Costume and the Female Body*, New York /Londres, Routledge.

Gilligan Sarah (2019), *Fashion and Film: Gender, Costume and Stardom in Contemporary Cinema*.Londres, Berg.

Hollander Anne (1994), *Sex and Suits: The Evolution of Modern Dress*, Brinkworth, ClaridgePress.

McElhaney Joe (2021), *Luchino Visconti and the Fabric of Cinema*, Wayne, Wayne State University Press.

Mouratidou Eleni (2020), *Politiques de re-présentation de l'industrie de la mode. Discours, dispositif, pouvoir*, Londres, ISTE Ed.

Moseley Rachel (2005), *Fashioning Film Stars: Dress, Culture, Identity*. Londres, BFI.

Rees-Roberts Nick (2018), *Fashion Film: Art and Advertising in the Digital Age*. Londres, Berg.

Steele Valerie (2013), *A Queer History of Fashion*, New, FIT.

Tseëlon Efrat ; Burton Laini et Crane Diane (2014), *Fashion as Masquerade*, vol. 3, "Critical Studies in Fashion & Beauty", Bristol, Intellect Books.

Wilson Elisabeth (1985), *Adorned in Dreams: Fashion and Modernity*, Londres, Virago Press.

Les co-ordinateur•ices / The editors

Guillaume Jaehnert est ATER à l'Université Bordeaux Montaigne. Il y dispense des cours sur les liens entre les stars et la mode et a soutenu en novembre 2023 une thèse sur les costumes d'Yves Saint Laurent pour le cinéma sous la codirection de Joël Augros et Gwénaëlle Le Gras. Diplômé de l'École du Louvre en spécialité « Histoire de la mode et du costume », il a été conférencier et chercheur associé à La Cinémathèque Française dans le cadre de ses recherches sur les égéries de mode au cinéma. Son mémoire de Master, consacré à la relation entre Catherine Deneuve et Yves Saint Laurent, est disponible aux éditions L'Harmattan.

Manon Renault est ATER à l'Université Sorbonne Nouvelle. Elle y dispense un séminaire de recherche en *Celebrity Studies* dans le cadre du Master Genre Médias et Cultural Studies. Elle prépare une thèse portant sur la tension entre « être à la mode » et « aimer la mode » à l'ère de l'accélération avec un terrain ethnographique centré sur Paris. Ce travail est dirigé par Éric Maigret, ayant largement contribué à l'introduction des Cultural Studies en France. En parallèle, Manon dirige les pages mode du magazine *les Inrockuptibles* et dirige les mémoires des étudiants en Direction artistique à l'Institut Français de la mode.