

"VOGUE'S VIEW": ON EDUCATION.

**DIACHRONIC AND TRANSNATIONAL PERSPECTIVES ON *VOGUE* MAGAZINE, FROM THE ARCHIVES TO THE
CLASSROOM**

If famed fashion magazine *Vogue* holds a unique place in (fashion and publishing) history, it also holds a special place in historiography. It has indeed been productively explored from a myriad of disciplinary viewpoints in turn, including but not limited to cultural history (Hill 2004, Kurkdjan 2014), sociology (Rocamora 2006, Moeran 2008, McDowell 2013), business history (Cox & Mowatt 2012), marketing studies (Minowa/Maclaran/Stevens 2019), art history (Johnston 2000, Söll 2009, Krause-Wahl 2009 & 2015), literary studies (Reed 2006, Pender 2007, Yamamoto 2020), linguistics (König 2006), etc. *Vogue's* content and especially its imagery have furthermore regularly been probed to deconstruct or challenge dominant historical narratives (Mahood 2002, Twigg 2010, Conekin 2012, Cheang 2013, Chan 2017, Peters 2017, Parkins 2020, Sivinski 2020, Xepoleas 2022). Following from our own previous studies of *Vogue*, from the perspective of the mediated and mediating functions of fashion photography (Van de Castele 2022 & 2023), transnational entanglements and national editions (Fröhlich, Morin & Ruchatz 2021, Assadsolimani 2023a), as well as anniversary editions and retrospective exhibitions (Morin, Van de Castele *in* Lécallier 2020, Assadsolimani 2023b), we now seek to offer a platform for scholars to meet and discuss the history of *Vogue* and its relevance today. Indeed, we contend it is now time to confront varied approaches, and that the study of *Vogue* magazine, as a multifaceted print medium, is best served when all such relevant perspectives come into a dialogue.

Our focus will lay in particular with *Vogue's* history in relation with education, and we aim to explore the ways in which educational dynamics have been at work within, around or even against the magazine, across time and national borders. We understand education in the context of *Vogue* in at least two ways: in that the magazine itself educates large and diverse audiences, and in that it is used in educational settings. We thus not only adhere to an institutional concept of education but also embrace a broader understanding of education as the transfer of knowledge. *Vogue* furthermore has a long history of establishing conventions of style, dress, and manners, while also setting standards for layout, illustration, and fashion photography. Following Madleen Podewski, we conceptualize magazines as "little archives" that arrange, format, and popularize time-bound knowledge. We aim to shed light on such periodical production of historic meaning and iconic pasts (Podewski 2023), and how a magazine has organized the complex array of consumer goods and offered guidelines for good taste and social distinction, either authoritatively or in the manner of an advising best friend.

If we consider (women's) magazines such as *Vogue* are placed within the framework of prescriptive literature, what can we infer from its content as to its intended and actual uses? How do we retrace and make sense of the culture(s) of reception and the "imagined communities" (as defined by Benedict Anderson) – of femininity, taste, class, and beyond – formed around the magazine at different periods and in various places? Taking into account the vast transnational network woven by national editions (most prominently British and French *Vogues*, but also from the 1970s, Italian, Brazilian, German, Spanish, Singaporean, Korean, Taiwanese, Russian, and Japanese *Vogues*, see Button 2006, as well as Garrity 1999, Bartlett 2006, Matthews-David 2006, Moeran 2006, Kopnina 2007, Mészáros 2019, Paccaud 2021), issues around the construction of national identities also crucially come to light. How have these receptions been re-mediated in popular culture (literature, movies, etc.)?

Beyond the ever elusive issues of reception, contemporary (re)activations of the vast corpus *Vogue* issues offer will be of special interest to us: from the museum walls to the classroom, *Vogue* has lent itself to multifarious educative uses, as a tool for teaching, as well as a documentary repository. Popular magazines are particularly suitable for use in teaching settings, as they provide an accessible entry point and an opportunity for exploration, while also presenting methodological and analytical complexity (Pabst 2023, Morin 2024). When using *Vogue* as a source for fashion history, it is important to consider its media-specific logic and formatting. The past does not present itself in the magazine as it was, but is rather discursively reworked.

The very formation of *Vogue* related archives is to be historicized as well, and the access granted (or not) to those should finally be questioned. The intertwining of fashion heritage with education will be especially relevant here; and so will methodological reflections of how to (re)construct the production history of glossy cultural images and texts.

We hope to see all these questions and more addressed and debated during the symposium. We strive to foster an interdisciplinary, international discussion. We therefore invite proposals for 20-minute papers, to be followed by 10-minute discussions, from colleagues working in the fields of (cultural) history, communication and media studies, fashion studies, photography history, periodicals studies and other relevant fields.

Please send a 500-words abstract and a short biographical note by **September 2nd, 2024** to Jasmin Assadsolimani (jasmin.assadsolimani@tu-dortmund.de), Alice Morin (alice.p.morin@gmail.com) and Marlène van de Castele (marlene.vandecasteele@esmod.com). Notifications of acceptance will go out by Septembre 12th, 2024.

"VOGUE'S VIEW": DE L'ÉDUCATION.

PERSPECTIVES DIACHRONIQUES ET TRANSNATIONALES SUR LE MAGAZINE *VOGUE*, DES ARCHIVES JUSQU' AUX SALLES DE CLASSE

Si le célèbre magazine de mode *Vogue* occupe une place unique dans l'histoire (de la mode et de l'édition), il tient également une position particulière dans l'historiographie. Il a en effet été scruté depuis une myriade de points de vue disciplinaires, y compris, mais sans s'y limiter, celui de l'histoire culturelle (Hill 2004, Kurkdjan 2014), de la sociologie (Rocamora 2006, Moeran 2008, McDowell 2013), de l'histoire économique et de l'histoire des entreprises (Cox & Mowatt 2012), des études marketing (Minowa/Maclaran/Stevens 2019), de l'histoire de l'art (Johnston 2000, Söll 2009, Krause-Wahl 2009 & 2015), des études littéraires (Reed 2006, Pender 2007, Yamamoto 2020), de la linguistique (König 2006), etc. Le contenu de *Vogue*, et en particulier son rapport à la culture visuelle, a en outre été régulièrement analysé pour éclairer, voire remettre en question des récits historiques dominants (Mahood 2002, Twigg 2010, Conekin 2012, Cheang 2013, Chan 2017, Peters 2017, Parkins 2020, Sivinski 2020, Xepoleas 2022). Nous professons la nécessité de confronter ces approches convergentes, et affirmons que l'étude du magazine *Vogue*, en tant que support imprimé aux multiples facettes, a vocation à s'enrichir par le développement d'un dialogue entre ces perspectives variées, et souvent complémentaires. Dans le prolongement de nos propres travaux sur *Vogue* – examinant les fonctions médiatiques et médiatrices de la photographie de mode (Van de Castele 2022 & 2023), les mouvements transnationaux notamment à travers les éditions nationales (Fröhlich, Morin & Ruchatz 2021, Assadsolimani 2023a), ainsi que les numéros anniversaires et les expositions rétrospectives mémorialisant le magazine (Morin, Van de Castele in Lécallier 2020, Assadsolimani 2023b) – nous souhaitons désormais, à l'occasion de la tenue de ce colloque international, offrir une plateforme pour rassembler les chercheurs et chercheuses se penchant sur l'histoire de *Vogue*, afin de débattre de la pertinence de ces différentes approches, ainsi que des pistes se dessinant aujourd'hui pour la poursuite de ces études.

Nous nous intéresserons en particulier à l'histoire de *Vogue* au prisme de l'éducation, et nous tenterons d'explorer les différentes façons dont des dynamiques éducatives ont été à l'œuvre au sein de, autour de, ou en opposition au célèbre magazine, à travers l'Histoire et dans différents contextes nationaux. Dans le cadre du colloque, nous entendons le terme « éducation » d'au moins deux façons, considérant d'une part que le magazine vise à « éduquer » des publics larges et divers de manière plus ou moins directe ; d'autre part, qu'il est souvent « actionné » dans des contextes plus ou moins directement éducatifs. Nous entendons donc « éducation » non seulement dans une acception institutionnelle, mais aussi dans une conception plus large, englobant tout transfert de connaissances. En outre, il nous faut aussi prendre en compte le fait que *Vogue* a, depuis de nombreuses années, œuvré à établir des conventions en matière de style, d'habillement et de manières ; tout en fixant des normes pour la mise en page, l'illustration et la photographie de mode. Le magazine, en ce qu'il arrange, formate et popularise des conceptions situées dans le temps, constitue bien comme l'écrit Madleen Podewski, une « part d'archive ». Nous nous attacherons alors à mettre en lumière comment ces pratiques produisent du sens historique et des « passés

signifiants » (Podewski 2023), analysant comment un magazine organise un ensemble complexe – ici centré autour de la consommation –, et fixe des standards relatifs au bon goût et à la distinction sociale entre autres, adoptant tour à tour la position d'un expert ou d'un chroniqueur.

Si l'on situe ainsi les magazines (féminins) tels que *Vogue* dans le champ de la littérature prescriptive, que pouvons-nous déduire de son contenu quant à ses utilisations, projetées et/ou réelles ? Comment retracer et comprendre les cultures de réception et les « communautés imaginées » (au sens de Benedict Anderson) – de féminité, de goût, de classe, notamment – qu'il convoque à différentes époques et dans différents espaces ? Si l'on prend également en compte le vaste réseau transnational tissé par ses éditions nationales (notamment les *Vogue* anglais et français, mais aussi, à partir des années 1970, les *Vogue* italien, brésilien, allemand, espagnol, singapourien, coréen, taïwanais, russe et japonais (voir Button 2006, ainsi que Garrity 1999, Bartlett 2006, Matthews-David 2006, Moeran 2006, Kopnina 2007, Mészáros 2019, Paccaud 2021)), les processus de construction d'identités nationales deviennent également centraux. Enfin, comment ces réceptions sont-elles remédiées dans la culture populaire (littérature, cinéma, etc.) ?

Au-delà de la question (toujours insaisissable) de la réception, les (ré)activations contemporaines du vaste corpus que forment, tous ensemble, les numéros de *Vogue* nous intéresseront tout particulièrement : des murs des musées jusqu'aux salles de classe, *Vogue* s'est prêté à de multiples usages éducatifs, à la fois comme outil d'enseignement et comme témoin documentaire. Les magazines à grand tirage sont des sources particulièrement riches pour l'enseignement, car ils constituent un point d'entrée accessible dans des périodes données et fournissent en outre des supports heuristiques. Mais ils impliquent aussi leurs propres défis méthodologiques et analytiques (Pabst 2023, Morin 2024). Ainsi, s'appuyer sur *Vogue* comme source pour l'histoire (de la mode) ne peut se concevoir sans prendre en compte sa logique médiatique interne, qui façonne son format et son contenu. Le magazine ne reflète pas le passé historique ou vécu, mais le retravaille plutôt de manière discursive.

L'établissement même des archives liées à *Vogue*, et le discours historique afférent qui émerge lors de ce processus, doivent également être historicisés ; tandis que l'accès à ces archives, lorsqu'il est accordé (ou non) et à qui, sont des questions qui doivent à notre sens interpeller les chercheurs et chercheuses. L'interrelation de la patrimonialisation de l'histoire de la mode avec les dynamiques traversant le champ de l'éducation nous semble offrir des pistes de réflexion prometteuses. Enfin, les méthodes permettant de reconstruire une histoire de la production des représentations (visuelles et textuelles) véhiculées par le magazine pourront être exposées et débattues.

Nous espérons que toutes ces questions, et bien d'autres encore, seront abordées et discutées au cours de ce colloque. Nous envisageons cet événement comme le point de départ d'une discussion interdisciplinaire et internationale. Nous invitons donc des collègues travaillant dans les domaines de l'histoire, de l'histoire culturelle, des études sur la communication et les médias, des études sur la mode, de l'histoire de la photographie, des études sur les périodiques et d'autres disciplines encore, à nous faire

parvenir des propositions pour des communications (20 minutes), suivies d'une discussion (10 minutes). La langue de travail du colloque sera l'anglais, mais les propositions d'interventions en français seront les bienvenues.

Merci d'adresser vos résumés de 500 mots, ainsi qu'une courte notice biographique, jusqu'au **2 septembre 2024**, à Jasmin Assadsolimani (jasmin.assadsolimani@tu-dortmund.de), Alice Morin (alice.p.morin@gmail.com) et Marlène van de Castele (marlene.vandecasteele@esmod.com). Les participants et participantes seront notifiés de l'acceptation de leur proposition au plus tard le 12 septembre 2024.

Convenors/Organisatrices

Jasmin Assadsolimani (Technische Universität Dortmund)

Alice Morin (Université Sorbonne Nouvelle/University of Southern California)

Marlène van de Castele (ESMOD Paris)

Venue/Lieu

ESMOD Paris

12, rue de la Rochefoucauld

75009 Paris

Provisional Bibliography/Bibliographie provisionnelle

Assadsolimani, Jasmin. "Make America *en vogue* again. Die Konstruktion einer nationalen Identität in der US-amerikanischen Vogue nach dem Trump-Wahlsieg." *Zeichen des Fremden und ihre Metaisierung in ästhetischen Diskursen der Gegenwart*, Ed. by Wolfgang Lukas, Martin Nies, Marburg: Schüren Verlag 2023a, 135–168.

———. "30 Jahre »Vogue« – der Blick zurück als Inszenierungsstrategie von Modernität." *Jahrbuch nmt 2022*, Ed. by netzwerk mode textil, Wißner-Verlag: Augsburg 2023b, 24–35.

Bartlett, Djurdja. "In Russia, At Last and Forever: The First Seven Years of Russian *Vogue*." *Fashion Theory* 10, no. 1–2 (2006): 175–204. <https://doi.org/10.2752/136270406778051094>.

Button, Janine. "Vogue Timelines." *Fashion Theory* 10, no. 1–2 (2006): 279–288. <https://doi.org/10.2752/136270406778051076>.

Chan, Heather. "From Costume to Fashion: Visions of Chinese Modernity in Vogue Magazine, 1892–1943." *Ars Orientalis* 47 (2017). <http://dx.doi.org/10.3998/ars.13441566.0047.009>.

Cheang, Sarah. "'To the Ends of the Earth.' Fashion and Ethnicity in the Vogue Fashion Shoot." *Fashion Media: Past and Present*, Ed. by Djurdja Bartlett, Shaun Cole, Agnès Rocamora, Bloomsbury, 2013, 35–45. <https://chooser.crossref.org/?doi=10.5040%2F9781350051201.Conekin>, Becky E. "Eugene Vernier and 'Vogue' Models in Early 'Swinging London': Creating the Fashionable Look of the 1960s." *Women's Studies Quarterly* 41, no. 1/2 (2012): 89–107.

Cox, Howard, and Simon Mowatt. "Vogue in Britain: Authenticity and the Creation of Competitive Advantage in the UK Magazine Industry." *Business History* 54, no. 1 (February 1, 2012): 67–87. <https://doi.org/10.1080/00076791.2011.617209>.

- David, Alison Matthews. "Vogue's New World: American Fashionability and the Politics of Style." *Fashion Theory* 10, no. 1–2 (2006): 13–38. <https://doi.org/10.2752/136270406778051049>.
- Garrity, Jane. "Selling Culture to the 'Civilized': Bloomsbury, British Vogue, and the Marketing of National Identity." *Modernism/Modernity* 6, no. 2 (1999): 29–58. <https://doi.org/10.1353/mod.1999.0016>.
- Hill, Daniel Delis. *As Seen in Vogue: A Century of American Fashion in Advertising*. Texas Tech University Press, 2007.
- Johnston, Patricia A. *Real Fantasies: Edward Steichen's Advertising Photography*. University of California Press, 2000.
- König, Anna. "Glossy Words: An Analysis of Fashion Writing in British Vogue." *Fashion Theory* 10, no. 1–2 (2006): 205–24. <https://doi.org/10.2752/136270406778051085>.
- Kopnina, Helen. "The World According to Vogue: The Role of Culture(s) in International Fashion Magazines." *Dialectical Anthropology* 31, no. 4 (2007): 363–81. <https://doi.org/10.1007/s10624-007-9030-9>.
- Krause-Wahl, Antje. "American Fashion and European Art—Alexander Liberman and the Politics of Taste in Vogue of the 1950s." *Journal of Design History* 28, no. 1 (2015): 67–82. <https://doi.org/10.1093/jdh/epu041>.
- . "Between Studio and Catwalk—Artists in Fashion Magazines." *Fashion Theory* 13, no. 1 (2009): 7–27. <https://doi.org/10.2752/175174109X381337>.
- Kurkdjian, Sophie. *Lucien Vogel et Michel de Brunhoff, parcours croisés de deux éditeurs de presse illustrée au XXe siècle*. Institut Universitaire Varenne, 2014.
- Ed. Lécallier, Sylvie. *Vogue Paris, 1920-2020*. Paris: Paris Musées/London & New York: Thames & Hudson, 2021.
- Mahood, Aurelea. "Fashioning Readers: The Avant Garde and British Vogue, 1920-9." *Women: A Cultural Review* 13, no. 1 (2002): 37–47. <https://doi.org/10.1080/09574040110097317>.
- Mészáros, Zsolt. "L'Élégance Génrée: Étude Comparative Entre Le Premier Volume de *Monsieur et de Vogue Français* (1920)." *Visuelles Design : Die Journalseite Als Gestaltete Fläche / Visual Design: The Periodical Page as a Designed Surface*, Ed. by Andreas Beck, Nicola Kaminski, Volker Mergenthaler, Jens Ruchatz, Wehrhahn, 2019, 155-168.
- Minowa, Yuko, Pauline Maclaran, and Lorna Stevens. "The Femme Fatale in Vogue: Femininity Ideologies in Fin-de-siècle America." *Journal of Macromarketing* 39, no. 3 (2019): 270–286. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0276146719847748>.
- Moeran, Brian. "Economic and Cultural Production as Structural Paradox: The Case of International Fashion Magazine Publishing." *International Review of Sociology* 18, no. 2 (2008): 267–81. <https://doi.org/10.1080/03906700802087944>.
- . "Elegance and Substance Travel East: Vogue Nippon." *Fashion Theory* 10, no. 1–2 (2006): 225–58. <https://doi.org/10.2752/136270406778051012>.
- Morin, Alice (with Vincent Fröhlich & Jens Ruchatz). "Logics of Re-Using Photographs: Negotiating the Mediality of the Magazine." *Journal of European Periodical Studies* 7 (2022/2): <https://openjournals.ugent.be/jeps/article/id/84858/>.
- Morin, Alice. "Women Magazines and Fashion Magazines as (Re)Sources for (De)Constructing Womanhood, from Producers to Readers to Researchers." *Womanhoods and Equality in the United States: 20th and 21st Perspectives*, Ed. By Christen Bryson, Anne Légier & Amélie Ribieras, New York: Routledge, 2024.

- Pabst, Philipp. „Populäre Zeitschriften im Seminar. Ein kommentierter Syllabus.“ *Handbuch Zeitschriftenforschung*, Ed. by Oliver Scheidung, Sabina Fazli, Bielefeld: transcript Verlag, 2023, 551–562.
- Paccaud, Emmanuelle. “La presse magazine comme espace médiatique transatlantique.” *Belphégor. Littérature populaire et culture médiatique*, no. 19–2 (2021). <https://doi.org/10.4000/belphegor.4179>.
- Parkins, Ilya. “Queering the ‘Modern Bride’: Lessons from Vogue.” *The Journal of Modern Periodical Studies* 11, no. 2 (2020): 292–309. <https://doi.org/10.5325/jmodeperistud.11.2.0292>.
- Pender, Anne. “‘Modernist Madonnas’: Dorothy Todd, Madge Garland and Virginia Woolf.” *Women’s History Review* 16, no. 4 (2007): 519–33. <https://doi.org/10.1080/09612020701445867>.
- Peters, Lauren Downing. “‘Fashion Plus’: Pose and the Plus-Size Body in Vogue, 1986–1988.” *Fashion Theory* 21, no. 2 (2017): 175–99. <https://doi.org/10.1080/1362704X.2016.1252520>.
- Podewski, Madleen. “Zeitschriften als ›kleine‹ Archive. *Handbuch Zeitschriftenforschung*, Ed. by Oliver Scheidung, Sabina Fazli, transcript, 2023, 97–108.
- Reed, Christopher. “DESIGN FOR (QUEER) LIVING: Sexual Identity, Performance, and Decor in British Vogue, 1922-1926.” *GLQ: A Journal of Lesbian and Gay Studies* 12, no. 3 (2006): 377–403. <https://doi.org/10.1215/10642684-2005-003>.
- Rocamora, Agnès. “‘Over to You’: Writing Readers in French Vogue.” *Fashion Theory* 10, no. 1–2 (March 1, 2006): 153–74. <https://doi.org/10.2752/136270406778051030>.