



VERS L'UNIFORM(E)ISATION DU GENRE : L'ÉVOLUTION DES COSTUMES DANS LA SÉRIE DE *FANTASY* *WINX CLUB* (2004-2019)

Marie Bastien

UN RUBAN DANS les cheveux, un tablier blanc par-dessus une robe bleue et des chaussures cirées noires dont les boucles ressortent sur des chaussettes montant très haut... Ce portrait vous est sans doute familier et, si vous avez l'occasion de jouer à *Pictionary*¹, vous aurez généralement toutes les chances de gagner en reconnaissant ici Alice au pays des merveilles. Si la magie opère avec le dessin de ces vêtements, il en ira de même pour n'importe quel personnage, même incarné par un acteur. Le Carnaval en reste la preuve : chaque année, adultes et enfants se déguisent et s'approprient des accessoires ou des habits portés par leurs héros favoris que leur entourage reconnaît. Le costume permet donc non seulement de reconnaître un personnage, mais aussi de l'individualiser, de le caractériser tout en fournissant aux lecteurs ou spectateurs de nombreuses informations pour mieux l'interpréter².

Si les costumes peuvent demeurer inchangés, ils sont aussi susceptibles d'évoluer, de même que la personne qui les porte, l'évolution extérieure et l'apparence témoignant alors d'une transformation intérieure, plus psychologique. S'intéresser à l'évolution de l'habillement d'un personnage, c'est donc aussi s'appliquer à décoder les signes de la progression de l'intrigue et

Marie Bastien est assistante et doctorante en communication à l'Université Catholique de Louvain. Elle y prépare une thèse de doctorat sur les collections de franchises transmédiatiques. Dans le cadre de ses recherches, elle s'est penchée sur des questions relatives à la culture que celle-ci soit numérique, populaire ou encore infantile. Romaniste de formation, ses publications consistent en des analyses littéraires comme la réécriture féministe du mythe d'Ulysse chez Bérot (2021) ou l'imaginaire de l'eau chez Bauchau (2023), ainsi qu'en un rapport de recherche sur les pratiques médiatiques numériques des parents (à paraître).

Marie Bastien is a PhD student in Communication at the Université Catholique de Louvain. She's preparing a doctoral thesis on the transmedia franchise collections. Her research has focused on issues relating to digital, popular and children's culture. Holding a degree in Romance literature, her publications cover topics such as Violaine Bérot's feminist rewriting of the Ulysses myth (2021), the imaginary world of water in the works of Henry Bauchau (2023) and parents' digital media practices (forthcoming).

1 *Pictionary* est un jeu de société apparu dans les années 80. Pour remporter une partie, les participants doivent réussir à faire deviner un personnage, un objet ou encore une action en le dessinant.

2 Pierre Langlais, « L'habit fait le moi : Le costume », dans Pierre Langlais (dir.), *Incarnier une série : Témoignages croisés et confidences des interprètes de The Leftovers, Le Bureau des légendes, Years and Years, The Wire...*, Paris, Armand Colin, Hors collection, 2022, p. 139-146.

des individus qui la font avancer. Dans des fictions qui existent depuis de nombreuses années, une telle analyse pourrait se révéler l'occasion, d'une part, de constater une variation sur le long terme dans les choix narratifs, stylistiques et esthétiques opérés par le ou les auteurs, d'autre part de capter l'évolution des représentations sociales véhiculées par ces personnages, notamment au travers de leur habillement. Ce dernier élément est d'autant plus intéressant à explorer si la fiction en question s'adresse à un public jeune comme ce fut le cas pour la série d'animation italienne *Winx Club*, diffusée entre 2004 et 2019³.

En se penchant attentivement sur cette série animée, il semble que la diversité des protagonistes dont se targuait à ses débuts son créateur⁴ se soit émoussée, de même que leurs habits qui en sont un symptôme. À l'instar d'autres productions surfant sur le phénomène *girl power*⁵, *Winx Club* revendiquait effectivement représenter diverses héroïnes féminines constituant autant de *role-models* potentiels pour son public de

petites filles⁶. Les médias véhiculent en effet des représentations sociales qui participent à la socialisation de genre, construisant et instituant les rapports entre hommes et femmes à tel point qu'on peut les considérer comme de véritables « technologies de genre » comme le rappelle Laetitia Biscarrat⁷, reprenant le concept de Teresa de Lauretis⁸. La série d'Iginio Straffi s'inscrivait alors dans le discours ambiant des industries culturelles qui faisait miroiter la fin des stéréotypes de genre et d'un modèle uniformisé de l'héroïne, prétextant contribuer à l'essor de leur *empowerment*⁹.

Ce discours pro-féministe est-il cependant fondé au vu de ce que véhicule la série en termes de représentations sociales et comment celles-ci évoluent au fil des ans ? Pour y répondre, de nombreuses pistes sont envisageables, mais celle des costumes nous semble particulièrement opportune pour contrecarrer les difficultés théoriques et méthodologiques que pose le personnage. Le costume concentre en effet visuellement des informations relatives tant au genre

3 Créée par Iginio Straffi, *Winx Club* a été produite par le studio italien Rainbow entre 2004 et 2011 lors de ses quatre premières saisons qui connaissent un grand succès en Europe. À compter de la cinquième, se lançant à la conquête du marché outre-Atlantique où la série peine à décoller, le studio noue un partenariat avec ViacomCBS qui durera trois saisons et change de cible, visant désormais un public de 4-8 ans plutôt que de préadolescentes. Faute d'audience, cette collaboration prend fin à l'issue de la septième saison. Rainbow redevient alors le producteur principal et abaisse l'âge de sa cible aux 2-5 ans pour la dernière saison diffusée à ce jour.

4 Adriana Marmioli, « Iginio Straffi : le mie Winx », *La Stampa*, 2014, <https://www.lastampa.it/spettacoli/2014/05/11/news/iginio-straffi-le-mie-winx-1.35753440/>

5 Portée par des personnages féminins, l'idéologie *girl power* est une récupération marchande de l'idée féministe de libération collective des femmes qui remplace cette revendication par celle de l'affranchissement personnel dont l'accomplissement résiderait dans l'achat de produits ayant vocation à embellir.

6 Alicia Novis, « Analyse des stéréotypes présents dans les dessins animés et de l'influence qu'ils exercent sur la représentation du féminin et du masculin qu'ont les enfants de 6 à 8 ans : étude de cas : *Bob l'Éponge*, *Batman*, *Winx Club* », Mémoire de Master en Information et communication sous la direction de Sarah Sepulchre, Louvain-la-Neuve, Université Catholique de Louvain, 2009.

7 Laetitia Biscarrat, « L'analyse des médias au prisme du genre : formation d'une épistémè », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 3, *La vie des signes au sein de la communication : vers une sémiotique communicationnelle*, SFSIC, 2013, 15 p., 10.4000/rfsic.619.

8 Teresa de Lauretis, *Théorie queer et cultures populaires. De Foucault à Cronenberg*, Paris, La Dispute, Le genre du monde, 2007.

9 Camille Catudal, « Rapports sociaux de sexe dans les dessins animés japonais diffusés en France : Le cas des séries *magical girl* (1984-2014) », Mémoire de Master en Histoire et audiovisuel sous la direction de Pascale Goetschel, Paris, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, 2016, p. 158.

qu'à la personnalité de ce dernier, et ce de manière systématique au fil du récit. Dès lors, cet article se donne pour objectif de comprendre l'évolution des costumes des protagonistes féminines de la série d'animation *Winx Club*, et à travers elle, celle de leur caractérisation en s'attachant à leur adéquation aux stéréotypes de genre. Pour ce faire, un bref retour théorique revenant sur les notions complexes de personnage, de socialisation de genre ainsi que sur l'histoire des *magical girls* auquel appartient notre objet s'avère nécessaire. Nous expliciterons ensuite la méthodologie mise en œuvre pour répondre à notre question de recherche et finirons par exposer nos principaux résultats.

Personnage, socialisation de genre et *magical girls*

Le personnage, une entité fuyante

Analyser la diversité des représentations du féminin au sein d'un dessin animé passe généralement par l'étude des personnages¹⁰. Toutefois, bien qu'il soit une composante essentielle de la plupart des récits, et plus particulièrement de ceux de la culture populaire¹¹ à laquelle appartiennent les séries d'animation, le personnage n'en demeure pas moins une composante difficile à saisir, surtout en raison de son caractère diffus¹². Il n'est d'ailleurs pas anodin qu'en narratologie,

les structuralistes en aient délaissé l'étude au profit d'autres instances comme le temps, l'espace ou encore l'intrigue pour lesquels ils disposaient de cadres analytiques davantage balisés. Les travaux sur les personnages ont effectivement longtemps été taxés de psychologisants et subjectivants tant cet objet s'avère difficile à cerner et traiter.

Pourtant, quelques auteurs se sont risqués à théoriser et analyser les personnages, esquissant des pistes d'analyse et jetant les bases de ce que l'on pourrait considérer comme un cadre méthodologique commun. En effet, dans un ouvrage qu'il dédie à l'étude des personnages de Zola, Hamon recommande de s'intéresser à ce qu'il nomme l'*être*, le *faire*, le *dire* et l'*éthique* de ces derniers¹³. Une démarche qui semble féconde puisque, des années plus tard, des chercheuses travaillant sur des récits non littéraires réutilisent ce cadre : sur les personnages de séries télévisées pour Sarah Sepulchre¹⁴, ceux des albums pour enfants pour Nathalie Prince¹⁵. Cette dernière propose de prêter attention aux corps, aux « parlures », aux désirs ainsi qu'aux noms des personnages dans les œuvres destinées à la jeunesse, soit le même public que celui auquel nous nous intéressons ici. Si l'on résume les travaux de ces trois théoriciens, décortiquer un personnage demanderait donc que l'on s'intéresse (i) aux actions qu'il entreprend, (ii) aux propos qui lui sont attribués, mais aussi (iii) à ses intentions, sa personnalité, (iv) son apparence et *de facto* à son habillement.

10 Nous renvoyons à ce propos aux études d'Alicia Novis : *Analyse des stéréotypes présents dans les dessins animés et de l'influence qu'ils exercent sur la représentation du féminin et du masculin qu'ont les enfants de 6 à 8 ans* ; de Simon Massei : *Les Dessins animés, c'est pas la réalité* ; et de Gaëlle Loupe : *Genre et dessins animés sériels pour enfants*.

11 Daniel Couégnas, *Introduction à la paralittérature*, Paris, Seuil, Poétique, 1992.

12 Philippe Hamon, « Pour un statut sémiologique du personnage », dans Philippe Hamon (dir.), *Poétique du récit*, Paris, Seuil, 1977 p. 115-180.

13 Philippe Hamon, *Le Personnel du roman. Le système des personnages dans les Rougon-Macquart d'Emile Zola*, Genève, Droz, 1983.

14 Sarah Sepulchre, « Chapitre 4. Le personnage en série », dans Sarah Sepulchre (dir.), *Décodez les séries télévisées*, Bruxelles, De Boeck Supérieur, coll. Info Com, 2017, p. 115-162.

15 Nathalie Prince, « Chapitre 3 : Les ambiguïtés du personnage », dans Nathalie Prince (dir.), *La littérature jeunesse. Pour une théorie littéraire*, Paris, Armand Colin, Hors collection, 2021, p. 117-174.

L'habit fait la femme

Une façon de saisir cette entité complexe qu'est le personnage réside en effet dans les costumes que revêt ce dernier. Qui plus est, loin de ne livrer que des informations sur la personnalité de celui qui le porte, l'habit, qu'il soit filmé ou dessiné, participe à la socialisation de genre. Ce concept désigne l'acquisition et l'intégration de comportements attribués de façon arbitraire par une société à un sexe, instituant les rapports de genre. Car, selon Priscille Touraille¹⁶, si le sexe est biologique, le genre est quant à lui une construction sociale dont le but est d'instaurer un ordre social à la faveur des hommes et d'inciter à la procréation. La socialisation de genre propage en effet des valeurs attribuées tantôt aux hommes, tantôt aux femmes, assurant la pérennité d'un système idéologique et hiérarchique, dès lors basé sur le sexe des individus, auquel ces derniers se conforment. Ce mécanisme dialectique, complexe et actif se réalise lorsque l'on interagit avec d'autres acteurs issus ou non de notre entourage immédiat et s'applique dès lors tout au long de notre vie¹⁷.

La socialisation de genre est cependant souvent interrogée lorsqu'elle touche un public considéré comme plus influençable : les enfants. Sachant que les médias contribuent à leur échelle à ce phénomène, plusieurs études comme celles de Marie-José Chombart de Lauwe¹⁸, Anna Eriksen-Terzian¹⁹ ou Alicia Novis²⁰ se sont attachées à étudier la télévision

et plus particulièrement les dessins animés comme agents de socialisation de genre, démontrant que le ressassement de stéréotypes sexistes consolide les rôles de genre. Si les représentations véhiculées par les dessins animés ont évolué avec notre société au rythme de leurs reprogrammations et adaptations, l'animation demeure porteuse d'une vision traditionaliste, voire conservatrice du fait qu'elle s'adresse aux enfants, jonglant entre conformisme et innovation²¹. Cette évolution est cependant toute relative, d'abord car les femmes sont considérées comme interchangeables tandis que chaque homme est unique²² et ensuite car les contre-stéréotypes proposés par les contenus de la mode *girl power* sont, eux, ambivalents. Ces programmes accentuent en effet la scission entre les univers féminin et masculin pour favoriser la segmentation de marché²³. Amélie Deschenau-Guay perçoit d'ailleurs dans la rhétorique *girl-power*, qui excède la sphère de l'animation, la récupération à des fins marketing du concept d'émancipation collective féminine :

Certains personnages féminins affirment fortement leur personnalité par l'achat ou l'expression de leurs désirs de marchandises, ce qui contribue à détourner l'idée féministe de libération collective vers une quête individuelle de la meilleure apparence. Cette quête s'exprime le plus souvent de façon banale par un fétichisme du magasinage et de la mode.²⁴

16 Priscille Touraille, « Mâle/Femelle », *Encyclopédie critique du genre*, Paris, La Découverte, Hors collection sciences humaines, 2016, p. 369-379.

17 Marie-José Chombart de Lauwe et Claude Bellan, *Enfants de l'image : enfants personnages des médias, enfants réels*, Paris, Payot, Bibliothèque scientifique, 1979.

18 *Ibid.*

19 Anna Eriksen-Terzian, *Télévision et sexisme : la rencontre des jeunes avec les personnages proposés dans les émissions télévisées*, Cousset, DelVal, 1990.

20 Alicia Novis, *op. cit.*

21 Mélanie Lallet, « Genre et séries animées françaises : normativités, phénomènes de reprise et nouvelles représentations », *Genre en séries*, 1, *Les séries euro-méditerranéennes à l'épreuve du genre*, Presses universitaires de Bordeaux, 2015, p. 147-171.

22 Sandra Rieunier-Duval, « Publicité, dessins animés : quels modèles pour les filles ? », *Nouvelles Questions Féministes*, 24, Machine, machin, truc, chose : pour du féminisme avec objets, Ville, Éditions Antipodes, 2005, p. 84-95.

23 Mélanie Lallet, *op. cit.*

24 Amélie Deschenau-Guay, « Les Séries jeunesse et les stéréotypes sexuels : la récupération de l'idée d'émancipation et l'émergence d'une

Du reste, parmi les différences de traitement entre personnages féminins et masculins des contenus télévisuels destinés aux enfants, les études pointent souvent leur habillement. Un tour d'horizon des stéréotypes vestimentaires touchant les protagonistes féminines s'avèrera ici utile. Gaëlle Loupe remarque ainsi que si les tenues des personnages féminins ne sont pas stéréotypées dans leurs formes, elles le sont cependant dans les couleurs et motifs qu'elles affichent ainsi que les accessoires qui les accompagnent²⁵. Elle remarque en outre que les costumes des héroïnes, bien que pratiques, pourraient éventuellement les gêner dans leurs déplacements (jupe, talons). Émilie Herbert expose d'ailleurs qu'à la télévision, la moitié des femmes portent des talons au moins une fois tandis que leurs tenues de ville décontractées flattent fréquemment leur silhouette²⁶. Les filles sont en outre plus souvent dénudées que les garçons, leurs tenues dévoilant leur dos, leurs jambes, leur poitrine ou leur ventre. Enfin, les costumes des héroïnes exacerbent leur beauté, mais leur font garder l'anonymat à l'inverse de leurs homologues masculins.

Une série dans la tradition des *magical girls*

Alors que les travaux sur les médias, et notamment ceux sur les dessins animés, permettent de constater des tendances dans les représentations du féminin, il nous semble nécessaire de dire quelques mots du genre

culture du consensus », *Recherches féministes*, 19(2), Dé/Construire le féminin, Université Laval, 2006, p. 148.

25 Gaëlle Loupe, « Genre et dessins animés sériels pour enfants », Mémoire de Master en Sciences de la famille et de la sexualité sous la direction de Jacques Marquet, Louvain-la-Neuve, Université Catholique de Louvain, 2020.

26 Émilie Herbert, *Place et représentation des femmes dans les fictions télévisées de la Fédération Wallonie-Bruxelles*, Conseil supérieur de l'audiovisuel, 2017, inédit. 80 p.

dont s'inspire *Winx Club* : celui des *magical girls*. Désignant un manga ou un animé mettant en scène une (jeune) fille qui active des pouvoirs magiques qu'elle se découvre, vivant alors des aventures extraordinaires en étant souvent aidée par des mascottes animales, le genre *magical girls* est apparu au Japon en 1966 et emprunte de nombreux codes aux *shôjo*, des mangas destinés prioritairement aux jeunes filles. Le succès de ces productions culturelles leur permet de s'exporter dans les années 1980 en Europe où elles inspirent de nombreuses séries animées dont *Winx Club*²⁷.

Cette dernière s'inscrit en effet dans la tradition des « *fashion action* » ouverte par la série *Sailor Moon*, dans les années 1990, laquelle marque un véritable tournant dans l'esthétique du genre. La figure de la jeune fille sage et bienveillante utilisant ses pouvoirs pour faire le bien qui était alors monnaie courante dans ces productions laisse sa place à cette période à un groupe de super-héroïnes, véritables guerrières en costume luttant contre le mal. Ce changement narratif, qui s'accompagne de modifications esthétiques, répond en réalité à des contraintes économiques de la part des studios de production japonais. En réalité, en proposant ces héroïnes à mi-chemin entre les attendus des petites filles et des petits garçons, ces entreprises cherchaient à reproduire le succès des *sentai*, ces animés japonais dérivés de *live-actions* destinés aux garçons mêlant guerre et action, et ce faisant réaliser des ventes de produits dérivés aussi importantes²⁸.

Pour ce faire, les studios japonais misent sur la réunion des cœurs de cible de ces deux genres d'animés. Plus actives et autonomes à l'instar des héros plébiscités par les garçons, les *magical girls* conservent cependant des caractéristiques qui plaisent aux filles,

27 Camille Catudal, *op. cit.*

28 *Ibid.*

notamment leur coquetterie, laquelle passe nécessairement par leur accoutrement. Si elles semblent s'émanciper d'un carcan féminin, ces héroïnes sont cependant encore largement soumises aux stéréotypes de genre²⁹. Bien qu'elles revêtent désormais des tenues de combat, leur corps est érotisé et dénudé, plus particulièrement lors des scènes de transformations. Pendant celles-ci, l'héroïne est dénudée avant d'être recouverte de son costume, lequel est présenté pièce par pièce grâce à des gros plans morcelant le corps du personnage.

En outre, ces costumes sont hypersexualisés puisque « constitués de jupes courtes qui laissent entrevoir leurs longues jambes et de corsets moulants qui soulignent leur taille fine et leur poitrine »³⁰. Les costumes d'écolières participent d'ailleurs à l'imaginaire pornographique japonais. Cette sexualisation s'accompagne d'un repli sur les codes vestimentaires féminins : « les jeunes filles portent presque exclusivement des jupes – vêtement traditionnellement féminin – mais aussi des bijoux, des vêtements et accessoires ornés de nœuds, de fanfreluches, de froufrous, voire de cœurs »³¹. Les couleurs de leurs tenues sont vives et variées en dépit de la dominance du rose, socialement associé à la sphère féminine. C'est aussi fréquemment le cas des accessoires, qui leur servent d'adjuvants, dont le type (des bijoux, la plupart du temps) ou la forme (le cœur, par exemple) évoquent la féminité. Qui plus est, la manifestation de leurs pouvoirs s'accompagne de paillettes, d'étincelles et de scintillements eux aussi connotés féminins.

Si le personnage constitue une entité difficilement cernable, diffractée et toujours sujette à l'interprétation du lecteur/spectateur³², il semble possible de l'atteindre

et de l'analyser en se penchant sur une de ses caractéristiques les plus objectives, du moins lorsqu'il est question de texte visuel, à savoir le costume. Support d'expression de l'individualité de celui qui le revêt, mais aussi véhicule de représentations sociales genrées, l'habit nous apparaît dès lors comme l'objet d'étude privilégié afin de mesurer la diversité des *role models* que propose la série *Winx Club*.

Retour sur la méthodologie employée

Pour retracer l'évolution de la diversité de la caractérisation des protagonistes féminines au travers de leurs habits et costumes, il nous a fallu constituer un corpus d'images sur lesquelles nous appuyer afin de mener nos différentes analyses. Pour ce faire, nous avons visionné les 8 saisons de la série (soit 204 épisodes diffusés entre 2004 et 2019) et réalisé une capture d'écran chaque fois qu'une nouvelle tenue était introduite. Ces photos nous ont permis de récolter les données nécessaires pour réaliser l'analyse de contenu. L'objectif étant de comparer les habits des six personnages féminins³³, considérés comme des reflets visuels de leurs différentes personnalités, notre grille d'analyse prend en compte, outre le nombre et le type de tenues, le degré de similarité pour une même catégorie entre les habits des protagonistes. Nous y déterminons six niveaux (strictement identiques ; identiques ; similaires ; approchants ; différents ; strictement différents). En parallèle, sont pris en compte d'autres éléments tels que la nudité, les inspirations stylistiques, les couleurs et les motifs, etc.

roman, Paris, PUF, Quadrige, 1998.

33 Il est à noter que les analyses portant sur la première saison et les résultats qui en ressortent se fondent sur cinq personnages et non six comme pour les autres saisons puisque le personnage de Layla (Aïsha en version originale) n'est introduit qu'en saison 2.

29 *Ibid.*

30 *Ibid.*, p. 162.

31 *Ibid.*, p. 120.

32 Vincent Jouve, *L'Effet-personnage dans le*

En plus des habits dits « du quotidien », les costumes portés par les six protagonistes lors de leurs transformations magiques ont fait l'objet d'une analyse reposant sur les mêmes principes sur base d'enregistrements non plus photos, mais vidéos. En effet, les séquences de transformation mettant l'accent sur le corps et les habits des héroïnes constituent l'un des *topoi* des séries de *magical girls*³⁴. Ces séquences très codifiées ont alors elles aussi fait l'objet d'une analyse de contenu comparant les costumes de saison en saison tout en prenant en compte la durée de ces séquences.

Le choix de distinguer les costumes humains et magiques dans la collecte de données et l'analyse qui s'en est suivie s'explique par la différence de statut des personnages au moment où ils les revêtent. En effet, les scènes magiques lors desquelles les héroïnes sont vêtues de leurs costumes de fées sont généralement des scènes de combat ou d'exploration où le groupe prévaut sur leur individualité et où l'action compte davantage que l'introspection. Qui plus est, la narration sous-entend que ces costumes leur sont imposés. À l'inverse leurs habits du quotidien sont supposément le choix de chaque héroïne, portés dans des situations où elles sont amenées à exprimer leur individualité.

L'évolution de la diversité vestimentaire et caractérielle

Afin de comprendre l'évolution de chaque type de costumes, nous nous sommes ainsi attardée sur trois paramètres. Dans un premier temps, nous avons analysé, sur une même saison, la diversité des tenues d'un point de vue quantitatif, que ce soit vis-à-vis de leur nombre ou de leur temps d'antenne. Dans un second temps, nous nous sommes intéressée à la diversité des tenues

des protagonistes se rattachant à une même catégorie (par ex. pyjama, tenue de soirée) portées en général simultanément par les héroïnes. Pour finir, nous nous sommes focalisée sur l'évolution générale de ces tenues de saison en saison compte tenu des représentations de genre. Nos résultats pour l'un et l'autre type d'habits pointent dans une même direction, à savoir l'uniformisation du genre.

Les tenues de l'ordinaire : agrandir la garde-robe en restreignant les options

Au fil des différentes saisons de *Winx Club*, les tenues portées par les protagonistes sous leur forme humaine ont effectivement connu une évolution qui, bien que non linéaire, semble suivre une certaine tendance qui mêle paradoxalement multiplication et uniformisation. En effet, le nombre de tenues portées au total par les cinq, puis six héroïnes oscille dans les quatre premières saisons entre 50 et 70 (soit 6 à 11 modèles³⁵). Leur nombre allait d'ailleurs en décroissant dans les trois premières saisons, celles initialement prévues par le studio italien Rainbow dont les moyens sont plus limités qu'un studio hollywoodien. Ce n'est donc pas un hasard si, à partir de la quatrième saison, soit au moment du renouvellement de la franchise, à la suite de son succès commercial, l'on assiste à une augmentation du nombre de costumes. Celle-ci devient d'ailleurs exponentielle lors du partenariat avec le studio américain ViacomCBS, culminant à 148 costumes en saison 7 (soit 24 modèles). Cette présence plus importante coïncide en outre au niveau narratif à une introduction de la mode comme élément d'intrigue à part entière par l'intermédiaire d'une des protagonistes. Néanmoins, la courbe s'inverse pour la dernière saison lorsque ce

35 Le terme modèle est employé ici comme l'ensemble cohérent formé par les tenues portées par les héroïnes à une même occasion.

34 Camille Catudal, *op. cit.*

partenariat prend fin en raison des chutes d'audience, résultat des différents changements artistiques et de public cible opérés par les studios.

Si les costumes prennent globalement davantage d'importance au point de bénéficier de plus en plus de *designs*, la multiplication de ces derniers va toutefois de pair avec une réduction progressive de leur diversité, chaque déclinaison portée par les héroïnes tendant à s'uniformiser. Dans les quatre premières saisons, on comptabilise ainsi une majorité de tenues strictement différentes. Dans les deux premières, les tenues strictement identiques ne concernent d'ailleurs que les activités de groupe (exploration, sport), pouvant de ce fait être assimilées à des uniformes. Les troisième et quatrième saisons marquent l'atténuation des dissimilitudes entre costumes, le style et le type de vêtements tendant à être plus homogène au sein du groupe, notamment dans les tenues quotidiennes qu'elles portent le plus souvent à l'écran. Ainsi, les tenues rock ou techno de certaines s'effacent au profit d'une esthétique pop, de même que la jupe éclipse progressivement le pantalon tandis que les couleurs s'harmonisent. Le principal changement survient en saison 5 au rachat de la série par les Américains. Lorsque ces derniers décident de baisser l'âge du public cible pour les saisons 6 et 7, la similarité explose en même temps que le nombre de tenues. Cette uniformisation devient encore plus importante lors de la dernière saison ciblant les 2 à 5 ans.

Plus nombreux, mais aussi moins variés, qu'en est-il cependant du rapport de ces vêtements aux stéréotypes de genre ? Les tenues principales censées participer à la caractérisation des héroïnes n'expriment non seulement plus leur individualité, mais se retranchent derrière les codes vestimentaires du féminin : les robes, les jupes, les volants et les rubans dans les cheveux deviennent progressivement la norme, de même que les

couleurs rose et mauve, le port de maquillage et de bijoux. Concernant les autres tenues, celles de soirées s'accordent autour d'un même thème, l'identité du groupe supplantant celle de ses membres ; les tenues d'exploration auparavant uniformes strictes se multiplient en une déclinaison d'une même tenue, toute occasion devenant prétexte à l'émergence d'un nouvel habit ; les robes de bal qui révélaient dans les premières saisons les origines de celle qui la porte deviennent les déclinaisons d'une robe de princesse. Pyjamas et maillots de bain subissent le même mouvement d'uniformisation, auquel s'ajoute un accroissement de la nudité dans les saisons 4 et 5, laquelle disparaît au profit d'étoffes plus couvrantes aux motifs enfantins lorsque l'âge du public cible baisse.

Les costumes magiques : en voir toujours plus, mais de la même facture

Lorsque les *magical girls* se métamorphosent en super-héroïnes, leurs habits se transforment eux aussi³⁶. Dans *Winx Club*, chaque saison est l'occasion pour les protagonistes d'expérimenter une nouvelle transformation qui actait, dans les quatre premières saisons, l'achèvement d'un processus évolutif pour chaque personnage. Le dévoilement des costumes magiques de l'ensemble du groupe était donc fragmenté et dispersé au fil de la saison. Cette logique tendra à s'effacer dans les saisons ultérieures. Pour maintenir l'attention des spectatrices, une autre stratégie est adoptée : on ne compte désormais plus une, mais deux ou trois transformations avec leurs costumes spécifiques au sein d'une même saison. Cette multiplication des costumes, qui permet en outre celle des produits dérivés, s'accompagne d'un allongement des séquences qui leur sont dédiées. Si elles duraient moins d'une minute dans les trois premières saisons, leur première occurrence

à l'écran atteint en général le double, voire le triple en saison 4 où elles prennent en moyenne 3 minutes.

Bien qu'aucune saison ne compte de transformations strictement identiques, on observe que les costumes des protagonistes sous leur forme magique acquièrent des caractéristiques de plus en plus similaires au fil des saisons. Dans les deux premières, on remarque d'ailleurs des différences assez marquées, aucun élément qui compose le costume (ailes, vêtements, chaussures, accessoires) n'ayant été codé dans le versant ressemblant de notre système. Les similitudes commencent à apparaître de manière remarquable en saison 5, mais sont surtout visibles dans les trois dernières saisons, soit celles destinées à de plus jeunes spectatrices.

Plus homogènes, les tenues magiques le deviennent aussi vis-à-vis des stéréotypes de genre qui entourent le domaine vestimentaire. À partir de la saison 3, la présence de paillettes, qui se limitait aux étoffes, envahit d'autres éléments pour au moins une des deux transformations (puis les deux dans les dernières saisons) comme les chaussures, les accessoires ou encore les ailes. Celles-ci, très différentes dans les premières saisons et gagnant en complexité, commencent à se ressembler en saison 5 jusqu'à seulement changer de couleur dans la dernière saison. En ce qui concerne les costumes en tant que tels, on observe un même repli vers les codes vestimentaires féminins avec la disparition du pantalon dès la saison 7, remplacé par des collants accompagnant robes, jupes et volants. Les accessoires pour cheveux deviennent la norme dans les trois dernières saisons tandis que les bijoux le sont dans les deux dernières. On remarque enfin le port de plus en plus fréquent au fil des années de rubans entourant les jambes ou les bras afin d'en souligner la finesse.

Une uniformisation du genre stratégique pour la franchise

Au vu de nos analyses, nous pouvons conclure que sur les quelques quinze années qui composent sa diffusion, la série *Winx Club* a connu une perte de diversité de ses héroïnes, et *de facto* de ses *role models* qui s'accompagne d'une uniformisation du genre. Une évolution que traduisent tant les tenues de l'ordinaire, pourtant censées exprimer l'individualité des protagonistes, que les costumes magiques. Le groupe de *magical girls* passe alors d'un groupe diversifié, somme de personnalités aux forces complémentaires, à un groupe homogène dont les membres semblent sortir d'un même moule et leurs tenues d'une même boutique. Cette homogénéisation interpelle d'autant plus que ses différentes phases coïncident avec les changements opérés au niveau de la production de la série, notamment avec la collaboration avec le studio américain ViacomCBS, mais plus encore avec la baisse d'âge du public cible.

En d'autres termes, plus les téléspectatrices visées sont jeunes, plus les modèles qui leur sont offerts sont stéréotypés et les options pour y échapper plus que réduites. Cette uniformisation que connaît la série, principalement au niveau du genre, s'exerce sur d'autres plans : caractéristiques physiques, loisirs et activités des personnages, relations amoureuses, etc.³⁷ Ce phénomène global nous semble être lié aux stratégies marketing qui animent les studios et qui ont partie liée avec leur cible d'audience. En effet, si les trois premières saisons de *Winx Club* sont celles qui comptent le moins de

37 Marie Bastien, « Si tu le veux, demain tu peux, être [qui ?]. L'évolution de la diversité des *role models* proposés par la série télévisée d'animation *Winx Club* (2004-2019) », Mémoire de Master en Information et communication sous la direction de Sarah Sepulchre, Louvain-la-Neuve, Université Catholique de Louvain, 2022, 87 p.

vêtements, les plus divers et les plus éloignés des stéréotypes de genre, c'est peut-être aussi parce qu'elles s'adressent à l'époque à des préadolescentes en phase d'affirmation identitaire qu'une diversité de *role models* aura plus de chances d'atteindre. Le premier mouvement de repli vers les stéréotypes de genre coïncide quant à lui avec la première baisse de l'âge du public cible, mouvement qui s'accroît davantage encore à deux reprises lorsque la série vise d'abord les 4-8 ans dès la saison 5, puis les 2-5 ans dans la dernière saison.

Ce phénomène nous semble être le résultat d'une stratégie marketing qu'est celle de la segmentation de marché. Se mouvant dans les canevas traditionnels du genre, la production espérait alors sans doute attirer davantage les petites filles qui, du fait de la socialisation de genre encore limitée à la sphère familiale, se retrouveraient dans des codes lisibles pour elles. Cette homogénéisation des personnages, couplée à la multiplication des vêtements, tandis que l'arrivée de la mode comme ressort d'intrigue renforce le caractère coquet des protagonistes –et donc

potentiellement celui des téléspectatrices – permet aussi la multiplication des produits dérivés, chaque transformation étant pour le studio l'occasion de créer une série de six poupées à l'effigie des héroïnes.

Si nos analyses nous amènent au constat inquiétant d'une uniformisation du genre dans cette série, il serait toutefois intéressant d'étudier la réception qui en a été faite par les enfants. Quelle appropriation font-ils de la série ? Perçoivent-ils des changements entre les différentes phases créatives qui transparaissent dans les choix esthétiques et narratifs et que nous avons mis en lumière en nous focalisant notamment sur les vêtements ? Si Alicia Novis avait déjà réalisé une première étude de réception des stéréotypes de genre dans cette série³⁸, il serait intéressant de procéder, de même que nous l'avons fait ici au niveau du média, à une comparaison diachronique de sa réception.

Bibliographie

Œuvres

Winx Club (2004-2019), Rainbow S.p.A., Italie.

Articles et ouvrages critiques

Marie Bastien, « Si tu le veux, demain tu peux, être [qui ?]. L'évolution de la diversité des *role models* proposés par la série télévisée d'animation *Winx Club* (2004-2019) », Mémoire de Master en Information et communication sous la direction de Sarah Sepulchre, Louvain-la-Neuve, Université Catholique de Louvain, 2022

Marie-José Chombart de Lauwe et Claude Bellan, *Enfants de l'image : enfants personnages des médias, enfants réels*, Paris, Payot, Bibliothèque scientifique, 1979

Laetitia Biscarrat, « L'analyse des médias au prisme du genre : formation d'une épistémè », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 3, *La vie des signes au sein de la communication : vers une sémiotique communicationnelle*, SFSIC, 2013, 15 p., 10.4000/rfsic.619

Camille Catudal, « Rapports sociaux de sexe dans les dessins animés japonais diffusés en France : Le cas des séries *magical girl* (1984-2014) », Mémoire de Master en Histoire et audiovisuel sous la direction de Pascale Goetschel, Paris, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, 2016.

Daniel Couégnas, *Introduction à la paralittérature*, Paris, Seuil, Poétique, 1992.

Teresa de Lauretis, *Théorie queer et cultures populaires. De Foucault à Cronenberg*, Paris, La Dispute, Le genre du monde, 2007.

Amélie Descheneau-Guay, « Les Séries jeunesse et les stéréotypes sexuels : la récupération de l'idée d'émancipation et l'émergence d'une culture du consensus », *Recherches féministes*, 19(2), *Dé/Construire le féminin*, Université Laval, 2006, p. 143-154, <https://doi.org/10.7202/014846ar>.

Anna Eriksen-Terzian, *Télévision et sexisme : la rencontre des jeunes avec les personnages proposés dans les émissions télévisées*, Cousset, DelVal, 1990.

Émilie Herbert, *Place et représentation des femmes dans les fictions télévisées de la Fédération Wallonie-Bruxelles*, Bruxelles, Conseil supérieur de l'audiovisuel, 2017, inédit.

Philippe Hamon, « Pour un statut sémiologique du personnage », dans Philippe Hamon (dir.), *Poétique du récit*, Paris, Seuil, 1977, p. 115-180.

—, *Le Personnel du roman. Le système des personnages dans les Rougon-Macquart d'Emile Zola*, Genève, Droz, 1983.

Vincent Jouve, *L'Effet-personnage dans le roman*, Paris, PUF, Quadrige, 1998.

Mélanie Lallet, « Genre et séries animées françaises : normativités, phénomènes de reprise et nouvelles représentations », *Genre en séries*, 1, *Les séries euro-méditerranéennes à*

- l'épreuve du genre*, Presses universitaires de Bordeaux, 2015, p. 147-171, <https://doi.org/10.4000/ges.1434>.
- Pierre Langlais, « L'Habit fait le moi : Le costume », dans Pierre Langlais (dir.), *Incarner une série : Témoignages croisés et confidences des interprètes de The Leftovers, Le Bureau des légendes, Years and Years, The Wire ...*, Paris, Armand Colin, Hors collection, 2022, p. 139-146.
- Gaëlle Loupe, « Genre et dessins animés sériels pour enfants », Mémoire de Master en Sciences de la famille et de la sexualité sous la direction de Jacques Marquet, Louvain-la-Neuve, Université Catholique de Louvain, 2020.
- Adriana Marmioli, « Iginio Straffi : le mie Winx », *La Stampa*, 2014, <https://www.lastampa.it/spettacoli/2014/05/11/news/iginio-straffi-le-mie-winx-1.35753440/>
- Simon Massei, « Les Dessins animés, c'est pas la réalité. Les longs-métrages Disney et leur réception par le jeune public au prisme du genre », *Politiques de communication*, 4, *Les ancrages sociaux de la réception*, Presses universitaires de Grenoble, 2015, p. 93-117, <https://doi.org/10.3917/pdc.004.0093>.
- Alicia Novis, « Analyse des stéréotypes présents dans les dessins animés et de l'influence qu'ils exercent sur la représentation du féminin et du masculin qu'ont les enfants de 6 à 8 ans : étude de cas : *Bob l'Éponge, Batman, Winx Club* » Mémoire de Master en Information et communication sous la direction de Sarah Sepulchre, Louvain-la-Neuve, Université Catholique de Louvain, 2009.
- Nathalie Prince, « Chapitre 3 : Les ambiguïtés du personnage », dans Nathalie Prince (dir.), *La Littérature jeunesse. Pour une théorie littéraire*, Paris, Armand Colin, Hors collection, 2021, p. 117-174.
- Sandra Rieunier-Duval, « Publicité, dessins animés : quels modèles pour les filles ? », *Nouvelles Questions Féministes*, 24, *Machine, machin, truc, chose : pour du féminisme avec objets*, Ville, Éditions Antipodes, 2005, p. 84-95, <https://doi.org/10.3917/nqf.241.0084>.
- Sarah Sepulchre, « Chapitre 4. Le personnage en série », dans Sarah Sepulchre (dir.), *Décoder les séries télévisées*, Bruxelles, De Boeck Supérieur, coll. Info Com, 2017, p. 115-162.
- « Super-corps, super-technologie, super-monstre. Hulk ou l'inquiétante mise en garde », dans Nathalie Grandjean et Claire Lobet (dir.), *Corps et technologies. Penser l'hybridité*, Bruxelles, P.I.E Peter Lang, 2013, p. 155-175.
- Priscille Touraille, « Mâle/Femelle », *Encyclopédie critique du genre*, Paris, , La Découverte, Hors collection sciences humaines, 2016, p. 369-379. <https://doi.org/10.3917/dec.renne.2016.01.0369>