

Appel à communication

Journées d'étude
**« L'invisibilité des femmes dans les médias :
Déconstruction des mécanismes d'exclusion »**

*

3 et 4 novembre 2016
Plateau TV- IJBA- Université Bordeaux Montaigne

*

Ces journées d'étude pluridisciplinaires proposent d'interroger la problématique de l'invisibilité des femmes dans les médias, notamment à travers deux prismes principaux : les mécanismes de dénigrement professionnel, voire d'exclusion des femmes de la sphère décisionnelle des médias d'une part, et les représentations réductrices des femmes dans la presse et dans le champ culturel, d'autre part.

Ces journées seront aussi l'occasion de croiser les regards en particulier entre les professionnels de l'information, les acteurs de terrain et les chercheurs, à travers deux tables rondes qui aborderont successivement la sous médiatisation du sport féminin de haut niveau et la médiatisation des créatrices.

Argumentaire

L'invisibilité des femmes dans les médias est confirmée par de nombreuses études dont l'enquête 2015 GMMP (projet mondial de monitoring des médias) qui montre, en France, notamment, une régression de la représentation des femmes dans les médias : 24,1 % en 2015 contre 28,3 % en 2010. Les hommes forment 83 % du groupe des experts consultés par la presse et constituent 83 % des sujets et 70 % des porte-paroles. Le dernier baromètre du CSA sur la diversité (2015) affiche seulement 37 % de femmes dans l'information, les fictions, les documentaires et les magazines. La plateforme numérique Pressedd qui scrute et analyse la presse écrite note, en 2014, que sur les 100 personnalités sportives les plus citées dans les médias, seulement 2 étaient des femmes. Pour ce qui est de l'année 2015, cette même étude constate que seulement 10 % des articles dans la presse écrite parlent uniquement de femmes contre 76 % qui parlent uniquement d'hommes. Enfin, seules 14 femmes intègrent le top 100 des personnalités les plus citées en 2015, dont aucune sportive ni aucune scientifique.

Ces deux journées d'étude entendent déconstruire cette réalité afin d'apporter un éclairage sur les mécanismes, les enjeux et les conséquences des processus d'invisibilisation des femmes dans les sphères médiatiques. En privilégiant les approches critiques et éthiques du fonctionnement des rédactions et des industries culturelles, de telles journées visent à promouvoir la recherche scientifique sur l'impact des médias dans la formation des valeurs citoyennes et démocratiques. Les médias ayant une responsabilité de premier plan dans la constitution des opinions et des représentations collectives.

De l'absence d'attention publique au déni de reconnaissance, les thématiques abordées lors de ces rencontres exploreront les dynamiques actuelles du cloisonnement des représentations médiatiques des femmes ainsi que les modalités de restriction de leur

marge de manœuvre au sein des entreprises de presse Ces rencontres s'intéressent aussi aux combats collectifs et individuels pour la visibilité des femmes (dans les univers du journalisme, de l'art et du sport de haut niveau) qui sont autant d'indicateurs de la structuration des sociétés contemporaines.

Axes thématiques

Cet appel à communication privilégie deux axes principaux :

Axe 1 : Invisibilité des femmes dans les médias d'information

Ce premier axe entend saisir les enjeux et les conséquences de l'invisibilité des femmes dans les médias en tant que sujet de l'information (présence des femmes sur les plateaux, temps de paroles, femmes sollicitées comme expertes, égalité des sexes dans les contenus éditoriaux, les programmes audiovisuels, couverture par les médias des questions de l'accès à l'égalité des genres, conséquences de l'invisibilité des femmes sur la notoriété des marques médias, la place et la réaction des lectrices ... etc.) mais aussi en tant qu'actrices des rédactions (statut, fonction, responsabilité, organisation des rédactions, précarité, effets sur les trajectoires personnelles et les carrières, rôle des associations de femmes journalistes... etc.). Les propositions de communication ne se limitent pas à l'analyse de médias français, les comparaisons internationales sont les bienvenues. Sont également attendues des communications sur les initiatives qui peuvent être prises au sein des médias pour renforcer la visibilité des femmes. L'objectif étant de ne pas se limiter à un état des lieux des situations mais aussi d'examiner et d'interroger la pertinence des éléments novateurs en capacité de modifier en profondeur la place accordée aux femmes dans les médias.

Axe 2 : Invisibilité des femmes dans le champ culturel

Ce second axe propose d'étudier la représentation du genre dans le champ artistique ainsi que les inégalités professionnelles auxquelles sont confrontées les créatrices en France et à l'étranger. Quel que soit le domaine exploré, les études devront interroger les mécanismes de cloisonnement tant au niveau de la production que de la réception de messages relatifs aux femmes dans le champ culturel.

Modalités pratiques

Cet appel à communication est ouvert à tou-te-s les chercheur.se.s en sciences humaines et sociales. Les propositions faites par de « jeunes chercheur.se.s » sont largement encouragées.

Les propositions de communication sont à adresser, en français, avant le 20 septembre 2016. Elles comprendront un titre, les coordonnées du ou des auteurs, ainsi qu'un résumé de 3000 signes maxi précisant la problématique, les cadres théoriques et méthodologiques ainsi que les principaux résultats de la recherche.

Elles sont à envoyer aux membres du comité d'organisation (voir les adresses mail ci-dessous)

Temps de parole accordé à chaque communicant : 20 minutes.

Ces journées d'études feront l'objet d'une publication.

Calendrier

- Date limite de réception des propositions : 20 septembre 2016
- Annonce des propositions retenues : 5 octobre 2016
- Date des journées d'étude : 3 et 4 novembre 2016

Comité d'organisation

Viviane Albenga, Université Bordeaux Montaigne, MICA :
valbenga@yahoo.fr

Jean François Brieu, Université Bordeaux Montaigne, MICA :
jean-francois.brieu@ijba.u-bordeaux-montaigne.fr

Marie Christine Lipani, Université Bordeaux Montaigne, MICA :
marie-christine.lipani@ijba.u-bordeaux-montaigne.fr

Rayya Roumanos, Université Bordeaux Montaigne, MICA :
Rayya.roumanos@ijba.u-bordeaux-montaigne.fr

Comité scientifique :

Viviane Albenga, (Université Bordeaux Montaigne)

Annick Batard (Université Paris XIII)

Jean-François Brieu (Université Bordeaux Montaigne)

Marie-France Chambat-Houillon (Université Paris 3, Sorbonne Nouvelle)

Jean-Marie Charon(EHESS)

Jean-Jacques Cheval (Université Bordeaux Montaigne)

Patrick Eveno (Université Paris 1, Panthéon Sorbonne)

Anne Geslin (Université Bordeaux Montaigne)

Alain Kiyindou (Université Bordeaux Montaigne)

Marie-Christine Lipani (Université Bordeaux Montaigne)

Eric Macé (Université de Bordeaux)

Arnaud Mercier (Université Paris 2)

Marion Paoletti (Université de Bordeaux)

Yves Raibaud (Université Bordeaux Montaigne)

Rémy Rieffel (Université Paris 2)

Rayya Roumanos, (Université Bordeaux Montaigne)