

## Informations pratiques

**CNRS – Site Pouchet**  
**59/61, rue Pouchet**  
**75017 PARIS**

**Métro** : Ligne 13 (Station Brochant ou Guy Môquet)

**RER** : Ligne C (Station Porte de Clichy, Sortie Rue de la Jonquière)

**Bus** : Ligne 66 (Arrêt La Jonquière) ou Ligne 31 (Arrêt Guy Môquet ou Brochant-Cardinet)

En raison du plan Vigipirate, merci de bien vouloir vous inscrire à l'adresse suivante : [genreetmedias.efigies@gmail.com](mailto:genreetmedias.efigies@gmail.com)

### Contact

[genreetmedias.efigies@gmail.com](mailto:genreetmedias.efigies@gmail.com)  
<http://efigies-ateliers.hypotheses.org/1615>

### Comité d'organisation

Mathieu Arbogast - Université Paris Ouest Nanterre / EHESS  
Doriane Montmasson – Université Paris Descartes  
Marie-Sherley Valzema – Université Sorbonne Nouvelle

avec le soutien de



## A table !

# Les médias et l'alimentation au prisme du genre

### Journée d'étude



Mercredi 10 juin 2015  
CNRS – Site Pouchet  
59/61, rue Pouchet  
75017 PARIS

Journée d'étude – 10 Juin 2015

Les messages de prévention incitant à consommer cinq fruits et légumes par jour, à boire de l'alcool avec modération, ou encore à ne pas abuser du sucre et du gras, saturent les médias. Dans le même temps, la télévision n'a jamais autant regorgé de programmes centrés sur la cuisine ou l'alimentation: concours, (Qui est le meilleur pâtissier?), télé-réalité (Cauchemar en cuisine) ou fictions (*Chefs*). Paradoxalement, si manger sainement relève presque d'une injonction, les représentations laissent néanmoins une large place à la *junk food*, aux aliments gras, sucrés, salés. Seul un message de prévention, placé en bas de l'écran vient réitérer les injonctions alimentaires.

Aliments et boissons occupent donc une place considérable au sein des médias que ce soit leur préparation et/ou leur consommation, faisant de l'ampleur de ce phénomène social un matériau de choix pour l'analyse scientifique. Ce constat s'étend à tous les médias, notamment internet, et à toutes les formes de représentation, y compris la fiction ou la publicité. Du traditionnel modèle du père de famille aux publicités pour alcools destinées aux hommes en passant par la promotion de régimes adressée aux femmes, peu d'aspects de la nourriture ne sauraient se prêter à une analyse au prisme du genre.

**10h** Accueil des participant.e.s

**10h20** Introduction de la journée

**10h35 Session 1 – C'est mal !**

**Modératrice : Nelly Quemener - Université Sorbonne Nouvelle / Paris 3**

**Sarah Lécosais – Université Sorbonne Nouvelle / Paris 3**

*Les méchantes frites et les gentils légumes. Alimentation, genre et maternité dans les séries télévisées françaises*

**Sylvie Fabre-Baudet – Docteure Es Lettre – Université Paris Sud**

*Hommes et femmes face à la gourmandise : sémiotique du discours publicitaire*

**Catherine Grangeard - Psychanalyste**

*Excès en tous genres*

**12h15** Déjeuner sur place

Journée d'étude – 10 Juin 2015

**13h45 Session 2 – Socialisations alimentaires et normes**

**Modératrice : Claire Scodellaro - Université Paris 1 / Panthéon Sorbonne**

**Valentina Tomasini - EHESS**

*Les aliments et la table comme cadre normatif et performatif, réflexe d'une structure sociale*

**Alexie Geers - EHESS**

*Les pages cuisine de Marie-Claire : observatoires des conceptions médiatiques de la féminité*

**15h** Pause

**15h30 Session 3 – Une touche de gras**

**Modératrice : Isabelle Matamoros - université Lumière Lyon / Paris Descartes**

**Idil Oncuoglu - Université Paul Sabatier, Toulouse**

*Les sites Web et blogs culinaires : étude de publications au regard du genre*

**Camille Lagarde-Belleville et Michel Otell – Université Pau Valéry, Montpellier**

*#TeamGros, #TweetCommeUneGrosse*

*Allusions alimentaires genrées comme référencement discursif sur les réseaux sociaux*

**16h45** Conclusion de la journée

A partir de **17h** pot convivial