

Appel à communication : Cultures médiatiques de l'enfance et de la petite enfance

L'enfance n'a pas toujours été perçue comme une phase distincte de la vie sociale et culturelle des individus. Sa définition actuelle est le résultat de croisements disciplinaires (en particulier entre la psychologie, l'anthropologie et la sociologie) et n'est évidemment pas sans lien avec la présence, plus ou moins importante dans la société, de produits spécifiquement destinés aux enfants, dont les médias sont les vecteurs à plus d'un titre. Le développement des médias de masse depuis le XIXe et surtout au XXe siècle, avec l'apparition, entre autres, d'une presse enfantine ou encore de programmes télévisés pour enfants, a participé à la reconnaissance de l'enfant comme « sujet à part entière » doté d'une agency et à celle de la période de l'enfance comme moment biographique particulier et essentiel. Plus encore, les médias font partie des instances de socialisation, dès l'enfance, et la place qu'ils tiennent dans l'intégration sociale des individus, à l'heure où les pratiques médiatiques (ludiques, culturelles, éducatives) évoluent, mérite d'être réévaluée. Les médias font circuler certaines représentations culturelles et sociales de l'enfance et sont, par là-même, une médiation entre les enfants et le monde.

Les jouets, figurines, livres, instruments de musique, décorations sont des indices de la présence d'un enfant, parfois même avant sa naissance, et des signes de la culture médiatique au sein de laquelle il va évoluer. De nouveaux médias occupent désormais une place privilégiée au sein de l'environnement familial tels les tablettes ou les jouets connectés, même si les inégalités socioéconomiques rappellent que ce phénomène n'est pas généralisé. Ils investissent peu à peu les milieux d'accueil (crèches, écoles, ludothèques, médiathèques, etc.) où l'enfant est amené à expérimenter de plus en plus tôt des objets médiatiques de plus en plus diversifiés. Le colloque sera précisément l'occasion de se pencher sur la ou les culture(s) médiatique(s) qui émerge(nt) des interactions entre jeunes enfants (0-7 ans) et médias. Les médias participent à la façon dont les enfants construisent leurs représentations du monde. Les objets qu'ils regardent ou manipulent, les usages qu'ils en font, les significations qu'ils leur attribuent et les relations signifiantes qu'ils tissent avec le monde à travers eux, participent à l'élaboration de leur culture médiatique.

Ce colloque s'articulera autour de trois questionnements complémentaires permettant de dessiner les cultures médiatiques de l'enfance et de la petite enfance. D'une part, quelles formes de médiation au monde les médias contemporains proposent-ils à l'enfant, et quelle place occupent-ils dans sa socialisation et son développement ? D'autre part, quels rôles jouent-ils dans la construction sociale et culturelle de l'image de l'enfant dans la société ? Enfin, comment les enfants prennent-ils place ou sont-ils intégrés dans ces constructions de soi et du monde éventuellement via certaines pratiques éducatives (plus ou moins formelles) ? Ces trois questions, qui ne peuvent véritablement se penser distinctement les unes des autres, sont bien entendu une invitation à des approches transversales. Les communications déclineront ces interrogations selon trois axes, centrés sur l'observation et l'analyse des usages et pratiques médiatiques des jeunes enfants, sur l'exploration critique de l'offre et de la conception des contenus et dispositifs médiatiques qui leur sont proposés, et enfin, sur l'examen des dimensions éducatives (formalisées ou non) qui permettent de les accompagner ou de les orienter dans la construction de leur culture médiatique.

Cette manifestation scientifique pluridisciplinaire s'adresse donc aux chercheurs qui étudient les cultures médiatiques de l'enfance et/ou de la petite enfance, selon différentes approches et dans des cadres disciplinaires variés : sciences de l'information et de la communication, psychologie, sociologie, anthropologie, sciences de l'éducation, sciences du langage, informatique, etc. Les communications attendues peuvent porter à la fois sur des expérimentations, sur des réflexions théoriques comme sur l'observation qualitative et/ou quantitative des pratiques. Elles devront s'inscrire dans au moins une des problématiques proposées, tout en les considérant dans leur interdépendance.

Axe 1 : Usages et pratiques des médias pendant l'enfance

De nos jours, l'enfant évolue au sein d'un environnement familial médiatique. De récentes enquêtes témoignent de la multiplication des écrans dans les foyers. Ainsi, dès leur plus jeune âge, les enfants usent et manipulent des objets médiatiques divers qui leur permettent de découvrir un autre monde physique (sensoriel), social, psychologique et symbolique que celui qu'ils rencontrent dans le ici et maintenant. Ces pratiques et usages restent à ce jour bien moins documentés par la littérature scientifique que ceux des adolescents, sans doute en partie à cause de la difficulté d'enquête – supposée – auprès d'un public plus jeune. Les communications rattachées à cet axe aborderont les questions relatives aux pratiques médiatiques des plus jeunes au sein des multiples environnements dans lesquels ils sont amenés à évoluer, en s'inspirant, par exemple des questions suivantes :

- Quelles pratiques et quels usages les jeunes enfants construisent-ils, et à quels stades de développement ?
- Au regard des évolutions de l'offre médiatique, quels statuts ces usages confèrent-ils aux enfants au sein de la famille mais aussi dans d'autres espaces d'accueil de l'enfance ?
- Quels mécanismes psycho-sociaux sont à l'œuvre derrière ces usages ? (construction de l'identité, de la personnalité, développement de la cognition, etc.)
- Quelles compétences (sociales, techniques, cognitives, informationnelles) sont développées à partir de ces usages ?
- Quelles différences peut-on observer selon les contextes sociaux, l'âge ou encore le genre des enfants ?
- Quels regards les enfants portent-ils sur ces objets (écrans, dispositifs connectés, livres, etc.) et sur les expériences (ludiques, culturelles, éducatives) qu'ils sont amenés à vivre à leur contact ?

Axe 2 : Panorama de l'offre médiatique enfantine

Les enfants constituent aujourd'hui une audience et une cible particulières aux yeux des industries médiatiques. Ils définissent un(des) public(s) que les producteurs de contenus (éditeurs, auteurs, développeurs, annonceurs publicitaires, producteurs, diffuseurs) tentent d'atteindre, à partir d'une connaissance variable et parfois supposée de leurs goûts et de leurs attentes, et avec des objectifs divers. Or, l'offre médiatique destinée aux enfants ne cesse de se développer et de se diversifier depuis, d'une part, la segmentation et la spécialisation des productions médiatiques (presse pour enfants, chaînes de télévision dédiées) et, d'autre part, l'avènement des technologies numériques et leur démocratisation. Les communications de cet axe aborderont ainsi l'analyse et l'évolution de l'offre médiatique (quels programmes, contenus et formats ; quels dispositifs) destinées aux jeunes enfants à partir, entre autres, des questions suivantes :

- Quels univers multi-médiatiques (héros, mondes, etc.) les médias proposent-ils à leurs jeunes lecteurs/spectateurs/joueurs ?
- Dans quelles conditions et avec quelle connaissance des publics sont fabriqués les produits médiatiques pour enfants ?
- Comment les industries médiatiques adaptent-elles leurs discours à ces publics spécifiques (usage de stéréotypes, présence ou absence de certaines thématiques, etc.) ?
- Quelles représentations du monde et de la société les médias véhiculent-ils auprès des plus jeunes ? Et en particulier quelle image de l'enfance et de la petite enfance semblent-ils chercher à transmettre ?
- Quelle place ces produits médiatiques offrent-ils aux adultes (justification de l'achat/du visionnage, possibilité de co-réception, etc.) ?
- Les médias modifient-ils la façon dont les adultes conçoivent l'enfance et/ou interagissent avec les enfants ?

Axe 3 : Les apprentissages médiatiques (avec leurs caractères plus ou moins formels)

La présence et l'utilisation accrues des médias, notamment numériques, dans les différents contextes de vie des jeunes enfants (scolaire, familial, associatif et culturel) renvoient à des questions éducatives. Les analyses pourront donc porter sur les modalités les plus formelles des pratiques éducatives (de « l'éducation aux médias » à proprement parler à l'introduction de pratiques pédagogiques innovantes via les médias) ou du moins sur celles construites ou pensées à dessein par les adultes Appel à communication « Cultures médiatiques de l'enfance et de la petite enfance » 4 (enseignants, parents, éducateurs, etc.). Ces pratiques peuvent s'observer à l'école, où les médias, avec l'immense gamme des ressources informationnelles, techniques et sociales aujourd'hui disponibles, sont utilisés comme leviers à l'acquisition de nouvelles connaissances et compétences. Mais qu'en est-il également des industries culturelles qui produisent des contenus et des ressources dits « éducatifs » ? Un deuxième questionnement ouvre la porte à des approches éducatives plus informelles. Celles-ci, présentes dans la plupart des apprentissages, peuvent s'observer entre autres du côté de l'environnement familial, incubateur des représentations, des actions et des relations humaines les plus profondes de l'enfant, de plus en plus traversé aujourd'hui par les systèmes médiatiques. Elles se lisent également au sein des milieux associatifs, culturels, etc., qui jouent depuis longtemps un rôle important dans le développement des enfants et en particulier dans leur appropriation des médias. Les enfants y trouvent parfois l'occasion de s'interéduquer en développant, dans un contexte peut-être plus libre, les pratiques médiatiques créatives qui font sens pour eux. Les médias s'intègrent ainsi au sein des processus de socialisation de l'enfant, qui se déroulent tout au long de son développement, de ses expériences et de ses interactions du quotidien. La rencontre avec les pairs ou le rôle joué par certains médiateurs dans tel ou tel espace de loisirs seront alors analysés comme autant d'occasions de s'approprier des médias toujours plus présents. Si les nécessités de l'analyse conduisent à distinguer apprentissages formels et informels, les espaces institutionnels (école, bibliothèque/médiathèque, accueil petite enfance, etc.) ou sociaux (famille, univers de la production, groupe de pairs, etc.) peuvent évidemment les combiner, ou plus exactement les superposer volontairement ou de facto. La connaissance des médias ne peut que gagner en pertinence à analyser ces croisements qui conduisent à envisager la question éducative de façon plus large et donc plus complète. Dans cette optique, les communications pourront s'orienter vers divers questionnements :

- Quelles peuvent être les modalités d'apprentissage formel/informel de l'éducation aux médias et de l'éducation par les médias à destination de très jeunes enfants ?
- Dans quelle mesure les médias peuvent-ils être des supports à des apprentissages et avec quel degré de formalisation ?
- Quels types de savoirs et de compétences formels/informels peuvent apporter aux jeunes enfants les médias en général et en particulier ceux estampillés « éducatifs » ?
- Comment les médias s'inscrivent-ils dans les pratiques éducatives des familles et avec quelles spécificités ?
- Comment les espaces culturels ou de loisirs pensent-ils la place des médias dans leur projet, en lien ou non avec une dimension éducative ?
- A quelles conditions d'autres acteurs (producteurs de médias, éducateurs) peuvent-ils contribuer à éduquer aux médias les jeunes enfants ? Parviennent-ils à y associer les familles dans une co-construction de pratiques d'éducation plus informelles ?

Pour ce colloque, les approches pluridisciplinaires et internationales seront fortement appréciées. Afin d'alimenter et de diversifier la réflexion critique sur ces thématiques, une discussion sera engagée avec des acteurs du monde professionnel des médias et des spécialistes de la petite enfance.

MODALITÉS DE SOUMISSION DES PROPOSITIONS

Les propositions de communication doivent être soumises avant le 28 décembre 2015 sous forme de résumé en français ou en anglais (5 000 signes maximum, espaces compris, Times New Roman, police 12, interligne simple, 5 mots-clés, un titre) à l'adresse jeunesetmedias.events@gmail.com [1]. Elles seront évaluées en double aveugle par le comité

scientifique. Les propositions ainsi que les communications peuvent être données en anglais ou en français. Dans le courriel, les informations suivantes devront figurer : nom, prénom, adresse e-mail, statut universitaire/professionnel, université et laboratoire de rattachement, titre de la communication. La proposition de communication en elle-même sera proposée dans un document-joint en format .doc qui portera votre nom (PrenomNom.doc). Dans le document en revanche, il vous est demandé de respecter l'anonymat, y compris s'il est fait référence à des publications antérieures du ou des auteurs. Une sélection de communications sera regroupée dans une publication scientifique dont les modalités seront précisées ultérieurement.

CALENDRIER

Clôture des soumissions : 28 décembre 2015

Notification d'acceptation : 20 janvier 2016

Colloque : 7 et 8 avril 2016

Pour publication : Envoi des textes pour évaluation : 1er juin 2016

Notification de l'évaluation : 30 septembre 2016

Remise des textes définitifs : 10 novembre 2016

Publication prévue : printemps 2017

COMITÉ SCIENTIFIQUE

Ana Nunes de Almeida (Université de Lisbonne, Institut des Sciences Sociales) Benoit Berthou (Université Paris 13, Labsic) Aurélie Brouwers (Université Catholique de Louvain, GREMS) Stéphane Chaudron (European Commission, Joint Research Centre) Ana Dias Chiaruttini (Université Lille 3, CIREL) Thierry De Smedt (Université Catholique de Louvain, GREMS) Pierre Fastrez (Université Catholique de Louvain, GREMS) Matthieu Letourneux (Université Paris Ouest, CSLF) Eerik Mantere (University of Tampere) Nicolas Pelissier (Université de Nice, I3M) Nathalie Roucous (Université Paris 13, Experice) Régine Sirota (Université Paris 5, CERLIS) Serge Tisseron (Université Paris 7, CRPMS)

COMITÉ D'ORGANISATION

Isabelle Feroc Dumez (Université de Poitiers, ESPE, Laboratoire TECHNE) Sébastien François (Labex ICCA, Universités Paris 13 & Paris Descartes) Marlène Loicq (Présidente du Centre d'études sur les jeunes et les médias) Isabelle Rigoni (INS HEA, Grhapes / Centre Émile Durkheim / MICA) Aude Seurat (Université Paris 13, Labsic)

CONTACT Marlène Loicq, [marleneloicq\[at\]gmail.com](mailto:marleneloicq[at]gmail.com) [2]

Infos sur www.jeunesetmedias.fr [3]

[Appel à communication en format PDF](#) [4]

[Appel à communication en anglais](#) [5]

Liens

[1] <mailto:jeunesetmedias.events@gmail.com>

[2] <mailto:marleneloicq@gmail.com>

[3] <http://www.jeunesetmedias.fr>

[4] <https://www.inshea.fr/sites/default/files/www/sites/default/files/medias/AAC-CEJM%20%281%29.pdf>

[5] <https://www.inshea.fr/sites/default/files/www/sites/default/files/medias/CFP-CEJM.pdf>

