Excellentes, vous avez dit Excellente ?
Université de Genève
Total SBF Mittel: CHF 60'000.-

Résumé du projet
(max. 1 page A4 en français et allemand; pour publication éventuelle par le SER ou la CUS)

Il s'agit d'une campagne d'affichage format mondial: des affiches avec des phrases choc sur des images vives et colorées pour déconstruire les préjugés qui habitent les femmes, tout comme l'ensemble de la société. Cette campagne est centrée sur la communauté universitaire et destinée à sensibiliser largement à ce qui freine non seulement l'avancée des femmes dans la carrière académique mais la reconnaissance de leurs compétences et de leur contribution essentielle à la recherche. Ces préjugés empêchent encore de poursuivre sereinement une politique cohérente et continue de soutien à la relève académique féminine et de nomination de professeures.
Les affiches ont été posées dans tous les bâtiments universitaires, et ce trois fois de suite, avec lors de chaque lancement une conférence suivie d'ateliers thématiques avec des relais via le Journal de l'UNIGE, le site internet et d'autres médias.
A l'issue de la campagne des actes ont été publiés en juin 2013.

Es handelt sich um eine Plakatskampagne: Drei sehr knallfarbigen F4 Plakate mit drei verschiedenen Slogans auf einen etwas androgynes Gesicht, alles das um bestimmete Vorurteile, die immer noch auf der Haut der Frauen kleben, abzubauen. Die Kampagne ist den Universitätmitgliedern gewidmet, sie soll aber auch breiter über all das sensibilisieren was immer noch die akademische Karriere der Frauen bremst, aber auch allgemeiner die Anerkennung deren Kompetenzen und wichtiger wissenschaftlicher Beitrag im Vordergrung stellen. Diese Vorurteile behindern eine ruhige Unterstützungspolitik der akademischer Relève, sowohl wie eine koherente und ständige Politik der Ernennung von Professorinnen.
Die Plakate waren in allen Gebäuden der Uni präsent, begleitet jeweils von einer grossen Konferenz und Workshops, und im Journal de l'UNIGE, auf dem Website der Uni und von Gleichstellungbüro sowohl wie in andere Medien veröffentlicht.
Die Akten der Kampagne wurden in Juni 2013 herausgebracht.