

Ministère de l'Enseignement Supérieur
Université de la Manouba

**INSTITUT DE PRESSE ET DES SCIENCES
DE L'INFORMATION**



**ORGANISE
EN COLLABORATION AVEC**

**L'ASSOCIATION DES RECHERCHES EN SCIENCES
DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION**

&

LA FONDATION KONRAD ADENAUER



UN COLLOQUE INTERNATIONAL

SUR LE THEME :

**Les mutations du paysage audiovisuel international :
Problématiques actuelles**

LES 13 ET 14 AVRIL 2006

Depuis près d'une décennie, le paysage audiovisuel mondial est entré dans une phase empreinte de transformations multiples aussi bien techniques qu'« idéologiques », que socioculturelles. La généralisation des procédés numériques est marquée par la digitalisation de l'image et du son qui permettent d'acheminer les contenus par satellite, fibres optiques, et à travers le réseau numérique terrestre (TNT) tout en maintenant les moyens traditionnels de télédiffusion (la diffusion hertzienne). En filigrane de ces progrès technologiques « révolutionnaires », de nouvelles chaînes voient le jour dans une conjoncture internationale de crises : guerres, attentats, terrorisme, marasmes économiques et autres transformations sociales et culturelles.

Dans la logique de la restructuration du paysage audiovisuel mondial, une nouvelle géographie des médias semble prendre forme préfigurant l'apparition des territoires correspondant à des centres d'intérêt parfois opposés idéologiquement, culturellement, voire de nature civilisationnelle.

La chaîne américaine CNN, qui trônait pendant les années '80 et le début des années '90, se voit « concurrencée » par des chaînes arabes (telle que Al-Jazeera), européennes (Euronews, mais aussi de nouvelles chaînes de pays européens actuellement en chantier)

Force est de constater également que les acteurs de l'audiovisuel se meuvent en producteurs et consommateurs, investisseurs, régulateurs dans un marché obéissant à la loi de l'offre et de la demande de contenus télévisés. Les industriels de contenus animés par des logiques marchandes et mercantiles privilégient des « informations » susceptibles souvent d'entrer en conflit avec les « valeurs dominantes » des pays destinataires. L'exposition de l'enfant ou de l'adolescent à des contenus réfractaires aux us et coutumes inquiètent la société qui est appelée à protéger tant bien que mal cette population jugée « fragile ». Dès lors, des actions d'éducation aux médias semble promettre une sorte de planche de salut dans un flot d'images pas toujours innocentes.

Cette dynamique n'est pas sans engendrer, dans les champs académiques, des études et recherches universitaires remettant en question nombre de présupposés concernant le phénomène télévision et les usages qui en sont faits. La « néo-télévision », telle que qualifiée par Umberto Eco, rompt avec celle des années '50, '60, '70 et '80 celle baptisée « la folle du logis ». En fait, tout un pan de discours sur la télévision semble s'écrouler sous le poids des faits évoqués plus haut : « masse » pour désigner médias de masse est devenue une notion obsolète. La

littérature - et notamment les études de réception - lui substitue le terme de « presque public » en référence à Daniel Dayan, en attendant une notion plus affinée.

Objectifs :

1- Permettre aux participants de dégager des problématiques de recherche-action privilégiant les études de terrain pour saisir concrètement « les usages sociaux » de la télévision et les manières de faire des téléspectateurs.

2- Amorcer un regard croisé dans le but de « brosser » les images respectives des sociétés occidentales et orientales (l'image de l'arabe sur les écrans occidentaux, et l'image de l'occidental sur les écrans arabes).

Résultats : Les retombées de cette manifestation sont de deux types :

- Pour la Tunisie, permettre aux acteurs nationaux d'avoir une vision claire du paysage audiovisuel mondial et des repères par rapport au voisinage médiat et immédiat.
- Au terme de cette rencontre scientifique, les participants au séminaire auront dégagé des opportunités de coopération universitaire et de recherche scientifique.

Manifestations consécutives prévues :

1. Le séminaire ambitionne de déboucher sur la constitution de groupes de recherche au sein de chaque unité de recherche relevant des institutions universitaires concernées.

Les équipes ainsi constituées s'engageront à coopérer et à travailler conjointement autour de la problématique qu'ils auront à affiner au terme du séminaire. Ce réseau mettra à contribution les moyens écrits et électroniques (site web) pour la diffusion des résultats de leur recherche.

2. L'organisation de rencontres scientifiques périodiques entre les équipes constituées permettant, entre autres, de confronter leurs résultats respectifs.

Ces échanges intéressent également les jeunes doctorants engagés dans des projets de thèses inspirés de la problématique centrale.

Axes de recherche :

1. Restructuration du paysage audiovisuel international : des publics à la recherche de leurs écrans ?
 - i. Téléspectateurs nationaux face à l'offre des chaînes satellitaires
 - ii. Ebauche d'une réflexion à propos d'une typologie des publics (adolescents, femmes, ruraux, urbains, etc...)
2. La télévision : enjeux politique, économique, culturel et identitaire.
 - i. La programmation et les conditions de productions.
 - ii. Télévision « publique » et télévision « privée »....
 - De l'*archéo-télévision* à la *néo-télévision* : réalité et fiction, quelles frontières ?
- 3- Etat de la recherche du paysage audiovisuel

Groupes ciblés :

1. Les chercheurs et universitaires ;
2. Les doctorants ;
3. les acteurs institutionnels.

Modalités pratiques

Langue : Les langues de travail sont l'arabe, le français et l'anglais. Ces langues sont acceptées à la fois pour les résumés, les présentations lors du colloque et les textes proposés à la publication dans la Revue. Les organisateurs assureront un service de traduction simultanée.

Soumission

Les chercheurs intéressés par ce colloque sont priés d'envoyer un résumé de leur communication au comité scientifique suivant le calendrier suivant :

Calendrier

- Avant le 31 janvier 2006

- Déclaration d'intention (proposition de 500 mots présentant la problématique, l'axe choisi et quelques indications bibliographiques). La déclaration d'intention est à envoyer par courrier électronique ou fax à l'adresse du Secrétariat du comité scientifique.

- **28 février** : Réponse du comité scientifique et notification aux auteurs.

- **31 mars** : Envoi des textes des communications au comité scientifique.

- **13 et 14 avril** : Colloque «**Les mutations du paysage audiovisuel international : Problématiques actuelles**» et publication des communications sur le site de l'IPSI.

Publication des actes :

Les actes du colloque seront publiés en deux temps :

Une publication en ligne sur le site de l'IPSI dès la tenue du colloque.

Les communications sont ensuite proposées au comité scientifique de la Revue Tunisienne de communication publiée par l'Institut de Presse et des Sciences de L'Information. Les articles publiés dans la Revue seront soumis aux procédures de sélection et d'évaluation propres à la Revue.

Contact :

Adresse du secrétariat du comité scientifique :

Colloque international : «**Les mutations en cours du paysage audiovisuel international: l'état de la recherche scientifique dans l'espace méditerranéen** »

Coordination scientifique du colloque : Larbi Chouikha

Abdelkader Rhaiem

Administration : Ilhem Jouini

IPSI. Campus universitaire 2010 Manouba - Tunisie

Tél. : 216 71 60 08 31 - Fax : 216 71 60 04 65

e-mail : ipsi@ipsi.rnu.tn

Site de l'IPSI : www.ipsi.rnu.tn