Revue Tunisienne de Communication

Appel à articles

Dossier spécial 2020

Communication de crise ; Le « confinement » au miroir des usages induits par les médias - traditionnels, numériques -.

Habituellement et en temps ordinaire - en contraste avec le temps fort qui correspond aux périodes de sociabilité : des évènements médiatiques (Télévision cérémonielle, D. Dayan), des fêtes socioreligieuses (« Ramadan télévisuel »)…, où les médias occupent une place prépondérante dans notre sphère domestique -, nous sommes généralement happés par un espace-temps qui rythme notre vie quotidienne selon des cycles routiniers, saisonniers(Henri Lefebvre, Michel Maffesoli) [[1]](#footnote-1). Ce temps ordinaire formé de moments et de lieux sociaux mouvants : comme le foyer, les lieux de travail, les lieux d’animation et de loisirs, les lieux de sociabilité,… mobilisent des moyens de communication et induisent des usages sociaux qui nous renseignent à la fois sur le profil de l’usager, le groupe social, culturel auquel il appartient ainsi que des médias et technologies de communication auxquels il recourt pour échanger, communiquer, s’informer; seul ou en groupe. (Cf, travaux de P. Flichy, D. Bouiller, D. Pasquier, Josiane Jouët,…)

L’irruption de la pandémie et ses conséquences sur la société nous ont plongées dans un autre espace-temps, totalement différent du temps ordinaire, cyclique, dynamique. La particularité de cet espace-temps, c’est qu’il est exceptionnel, imprévisible, inimaginable, plein d’incertitude (Edgar Morin[[2]](#footnote-2)). Il prend corps et se déploie dans ce qu’on appelle communément le « confinement sanitaire obligatoire, généralisé ». Cet espace-temps qui survient inopinément est considéré comme caractéristique d’une « situation de crise » aux dimensions planétaires qui s’inscrit dans la durée. Cette « situation de crise » nous donne l’occasion de nous interroger sur nous même, sur notre société, sur le monde qui nous entoure ainsi que sur les procédés et formes de communication les plus prisés en cette période. Mais c’est aussi « une occasion de porter un regard critique sur le passé afin de pouvoir composer une vision prospective. C’est actuellement le cas dans le secteur de la communication »[[3]](#footnote-3). Dans cet ordre d’idées, la proximité, le proche voire le semblable, l’affectif, les émotions, réactivés et/ou engendrés par ce confinement imposé constituent les éléments structurants de ce « vécu social ». Par conséquent, notre mobilité sociale qui induisait des formes de communication nomade[[4]](#footnote-4) et différenciées au gré de nos pérégrinations quotidiennes se trouve aujourd’hui, du fait du confinement, complètement transformée. Notre lieu de confinement devient à la fois repère et repaire et chacun de nous selon ses conditions de vie et ses ressources sociales et technologiques cherche à « meubler » sa « sphère privée » en recourant à des formes de communications parfois les plus inattendues.

Afin d’approfondir la réflexion dans cette perspective, nous proposons de privilégier les recherches qui mettent en interaction le « vécu social » du confinement, de la pandémie, à travers le prisme des sciences de l’information et de la communication, autour de trois axes suivants :

**I - Les changements dans les conditions de production médiatique pendant le confinement :**

Cet axe de recherche peut englober plusieurs champs de recherche, notamment :

- Les « médias publics » face à la pandémie : une opportunité pour regagner l’audience perdue

- Le basculement vers la version en ligne des journaux imprimés : défis éditoriaux (conférence de rédaction virtuelle …), techniques (aléas de la connexion, applications de télétravail …) et économiques (pas de vente en kiosque, moins de publicité mais moins de charges d’impression et de distribution), études de cas à partir d’un échantillon de journaux tunisiens

- Le journalisme « confiné » est-il encore du journalisme ? Le manque de contact avec le terrain empêche les journalistes de vérifier les news et les rend dépendants de leurs sources, souvent officielles, et deviennent malgré eux des relais de la communication gouvernementale

-Les journalistes « confinés » : leur vécu quotidien en « situation de télétravail », les adaptations et les nouveaux usages : enquête sociologique  auprès d’un échantillon de journalistes en mode de télétravail

**II - Les « changements » dans les contenus médiatiques pendant la pandémie**

Il s’agit d’analyser les contenus des différents supports médiatiques audiovisuels et électroniques, notamment, à travers les discours véhiculés par les réseaux sociaux.

Cet axe de recherche peut porter sur les thématiques suivantes

 - lectures dans la couverture médiatique de la pandémie du COVID 19, les médias, « forum » des multiple discours sur le Coronavirus (médical, politique, sécuritaire, social, moral …) et « arène de confrontation » des acteurs (gouvernement, experts, organisations professionnelles, société civile …)

 -Les « nouvelles missions » de communication que - s’attribuent ou reconnues - aux médias pendant la pandémie

 - Lutte contre la corruption : dans quelle mesure les médias ont-ils rempli leur mission de gardiens de la « bonne gouvernance » en révélant des pratiques de corruption, les conflits d’intérêts : augmentation des prix et stockage illicite de produits de première nécessité,

 - l’information et les fake news liés à la pandémie

 - mission éducative de sensibilisation et de vulgarisation médicale

 - Les nouveaux acteurs médiatiques pendant la pandémie : « Acteurs vedettes » et « acteurs marginalisés »

 -Les transgressions juridiques et déontologiques - relevées ou constatées - dans le « contenu médiatique » pendant la pandémie

**III- Les changements dans les conditions de réception et dans les usages médiatiques pendant le confinement**

Ce troisième axe met en avant l’intérêt de susciter la réflexion sur la connaissance des « publics des médias » ainsi que leurs « usages médiatiques ». Dans cette perspective, nous proposons les thématiques de recherche suivantes :

1 – les formes de communication particulières liées aux caractéristiques de l’espace physique du confinement, du profil des membres qui l’occupent… : La topologie des lieux, « l’espace public », les conditions sociales…., et les formes de communication qu’ils induisent : villa, appartement, quartier, ville, campagne,… Les conversations avec la ou les personnes qui partage (ent) le même lieu de confinement, l’usage du balcon ou de la terrasse comme nouveau lieu et mode de communication avec les voisins, pour certains, la place de « la communication silencieuse » dans les échanges ou l’absence d’échange : (la communication silencieuse).

2 – Les médias qui sont privilégiés par les membres du « groupe confiné » pour s’informer ? La presse électronique, la radio en journée, et la télévision le soir. Quel média, précisément ? Dans ce sillage, interrogeons-nous de même pour savoir quelles sont les « nouvelles missions » que s’arrogent les journalistes de l’audiovisuels pour parler de la pandémie ? La figure de l’expert, du chroniqueur… ? Mais aussi, sur les diverses formes d’interactions qui peuvent émerger entre le média et les réseaux sociaux dès lors qu’il s’agit de réagir et d’interagir – en direct – à une émission, à un commentaire, à une information - diffusés ou repris – par un journal, une station de radio, une chaîne de télévision.

3 – L’usage des réseaux sociaux pour communiquer avec « l’autre » mais aussi, avec « les autres » pour s’informer, pour réagir et surtout, pour ne pas se sentir – seul – dans cette situation vécue pour certains d’entre nous comme une « épreuve ». Facebook se mue en réceptacle de nos angoisses, de nos émotions mais aussi de nos attentes et de nos interrogations. Loin d’être une source d’informations, il donne la possibilité de scruter à la fois les sentiments dominants (impressions, réactions,…) des utilisateurs qui s’y expriment mais aussi, de sérier les attitudes et les comportements des utilisateurs dans leurs usages sociaux (Fabien GRANJON, [Philippe Breton](https://www.cairn.info/publications-de-Philippe-Breton--917.htm), [Serge Proulx](https://www.cairn.info/publications-de-Serge-Proulx--18999.htm)) ainsi que dans leurs « manières de faire » (M. de Certeau).

**Calendrier et modalités de soumission**

* Les propositions de texte, d’un volume de 500 mots, doivent comporter la problématique, le cadre théorique, la méthodologie et les références bibliographiques et envoyés au plus tard le 30 juin 2020 aux adresses suivantes ipsi@ipsi.rnu.tn et mohamed.hamdane7@gmail.com
* Date de notification aux auteurs : 15 juillet 2020
* Date de réception des textes : 15 octobre 2020
* Date de notification d’acceptation des textes : 15 novembre 2020
1. « La quotidienneté comme objet : Henri Lefebvre et Michel Maffesoli Deux lectures opposées » [Angel Enrique Carretero Pasín](https://www.cairn.info/publications-de-Angel%20Enrique-Carretero%20Pas%C3%ADn--1628.htm) Dans [Sociétés](https://www.cairn.info/revue-societes.htm) [2002/4 (no 78)](https://www.cairn.info/revue-societes-2002-4.htm), pages 5 à 16 <https://www.cairn.info/revue-societes-2002-4-page-5.htm> [↑](#footnote-ref-1)
2. «Nous devons vivre avec l'incertitude » entretien du 06.04.2020 <https://lejournal.cnrs.fr/articles/edgar-morin-nous-devons-vivre-avec-lincertitude> [↑](#footnote-ref-2)
3. « La communication par temps de crise ».  [Franck-Bruno Cohen](https://www.persee.fr/authority/156064) [Communication & Langages](https://www.persee.fr/collection/colan)  Année 1994  [102](https://www.persee.fr/issue/colan_0336-1500_1994_num_102_1?sectionId=colan_0336-1500_1994_num_102_1_2553)  pp. 104-115 <https://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_1994_num_102_1_2553> [↑](#footnote-ref-3)
4. « *Les réseaux de télécommunications instruments et outils de mesure de la sociabilité »* [*Patrice Flichy*](https://www.cairn.info/publications-de-Patrice-Flichy--11967.htm) *Dans*[*Flux*](https://www.cairn.info/revue-flux1.htm)[*2005/4 (n° 62)*](https://www.cairn.info/revue-flux1-2005-4.htm)*, pages 31 à 37* [*https://www.cairn.info/revue-flux1-2005-4-page-31.htm*](https://www.cairn.info/revue-flux1-2005-4-page-31.htm) [↑](#footnote-ref-4)