

Coordination :

Pierre Barrette et Stéfany Boisvert, École des médias, UQAM

Présentation

Les transformations actuelles de l'écosystème médiatique, résultant pour une part importante de l'impact de la révolution numérique sur les sphères de production et de consommation des contenus culturels et médiatiques, ont entraîné dans leur sillage nombre de phénomènes nouveaux dont plusieurs affectent directement l'univers télévisuel. Ainsi, la multiplication des plateformes de diffusion permise par le numérique, à laquelle s'ajoutent désormais les services de télévision par contournement (services de VSD) ont résulté en une offre significativement augmentée de produits et services, contribuant à complexifier une situation déjà marquée par une forte concurrence et la stagnation – sinon le déclin - des revenus publicitaires. C'est dans ce contexte que sont apparus puis se sont multipliés depuis les années 2000 les formats de télé-réalité, apparemment conçus comme une réponse des producteurs et des diffuseurs à ces règles du jeu changeantes.

Le Colloque international *La télé-réalité, entre média, événement et société* se veut l'occasion de réunir les chercheurs de la francophonie qui s'intéressent à l'un ou l'autre des aspects de ce phénomène multidimensionnel que constituent les formats de télé-réalité. En effet, considérant que les émissions de fiction ont longtemps été les plus populaires, l'engouement actuel pour les télé-réalités (tant du côté de l'espace de production que du côté des publics) témoigne sans conteste des nouveaux choix de programmation et des nouvelles pratiques d'écoute qui accompagnent les transformations majeures de l'industrie télévisuelle. Pourtant, les recherches francophones s'intéressant à ce type d'émission demeurent minoritaires et aucun colloque sur la télé-réalité n'a encore été organisé au Québec.

Notre colloque entend donc fournir l'opportunité d'analyser en détail le genre télévisuel de la télé-réalité, dans une perspective multi- et pluridisciplinaire s'attardant autant aux contenus produits et aux stratégies de production qu'aux nouveaux modes de consommation et d'accès à la « visibilité » que ceux-ci offrent pour les publics.

Plusieurs axes de réflexion sont ainsi envisagés :

- le développement, l'histoire et l'évolution des formats de télé-réalité au Québec et ailleurs dans le monde;
- les transformations du système télévisuel qui accompagnent le développement des formats de télé-réalité;
- le rôle joué par la compagnie de production Endemol et d'autres semblables qui ont contribué à l'essor du genre;
- la diversité des formats de télé-réalité analysée dans une perspective sémiotique ou sémiopragmatique;
- les représentations ethnoculturelles et de genre proposées dans ces émissions ou, plus largement, la question de la diversité;

- le placement de produits et la diversification des formes de publicité encouragées par la télé réalité;
- les publics et les formes de participation à la télé réalité;
- les stratégies de programmation des émissions de télé réalité et la question des rendez-vous télévisuels;
- le déploiement transmédiatique de telles émissions;
- l'évolution de la réception journalistique et critique de la télé réalité;
- l'impact de la télé réalité sur la redéfinition des star systèmes locaux;
- etc.

Ces quelques suggestions ne doivent pas être considérées exhaustives. Toute proposition de communications s'appuyant sur une réflexion théorique qui interroge le phénomène de la télé réalité, ou encore sur des travaux empiriques qui viennent en enrichir la compréhension, est la bienvenue.

Cet appel à communications s'adresse à tous·tes les chercheur·e·s que ces questions intéressent, par-delà les disciplines : communication, sociologie, sémiotique, histoire, littérature, anthropologie, *cultural studies*, etc.

Envoi des propositions

Les propositions doivent être envoyées aux deux organisateurs du colloque simultanément avant le **10 février 2022**, avec indication du titre provisoire de la communication, l'affiliation et la discipline de l'auteur·e, ainsi qu'une présentation (350 mots) de la problématique choisie, du cadre théorique et, le cas échéant, de la méthodologie retenue. Une réponse sera donnée au plus tard le 15 février 2022.

Organisateur·rice·s

Pierre Barrette, professeur et directeur de l'École des médias, Université du Québec à Montréal, barrette.pierre@uqam.ca

Stéfany Boisvert, professeure à l'École des médias, Université du Québec à Montréal, boisvert.stefany@uqam.ca

Pour consulter le site de l'ACFAS (Association canadienne-française pour l'avancement des sciences), voir www.acfas.ca