



A la suite du colloque de Salonique sur les « Récits de la crise » (se référant à tous les récits médiatiques contemporains concernant la crise économique aux conséquences énormes tant économiques et culturelles, surtout pour le Sud

Européen), nous comptons poursuivre la réflexion sociologique relative à ce thème.

Dans ce cadre, l'EURCECOM (Centre d'Études sur la Communication Européenne) et le Master Communication, Médias et Gestion Culturelle de l'Université Panteion, l'IRMÉCCEN (Institut de Recherche Médias, Cultures, Communication et Numérique) de l'Université Paris III, l'IESAV (Institut d'Études Scéniques et Audiovisuelles) de l'USJ, le PHILÉPOL (Centre de Philosophie, d'épistémologie et de Politique) de l'Université Paris Descartes, Sorbonne Paris Cité, la Cinémathèque de Grèce, l'Université Technologique de Chypre, l' AIS (CR14 –Sociologie de la Communication, de la connaissance et de la culture), l' AISLF (CR38 –Sociologie Politique), et EKKE (Centre National des Recherches Sociales) organisent un colloque sur le thème « *Récits filmiques et médiatiques de la crise : Représentations contemporaines* » qui se tiendra à Athènes, les 7 et 8 novembre 2019.

L'homme est *l'être dramatique par excellence* (J. Duvignaud, 1970) et ne peut pas dépasser la « représentation ». Le cinéma (le récit filmique considéré comme une catégorie littéraire en soi) représente le langage narratif du monde contemporain depuis le 20^e siècle, dans le sens où il a imposé *ses propres codes communicationnels*; il demeure de nos jours le langage narratif par excellence, puisque la télévision d'abord et ensuite les médias sociaux suivent les mêmes codes narratifs (c.à.d. ceux de l'image qui a son propre *langage -abstraitif et concentré* en même temps). L'image est le vecteur contemporain du « storytelling » (de la narration). Il s'agit d'un langage qui s'impose sur tous les niveaux de la communication en surmontant les frontières politiques, culturelles et sociales ayant ainsi une grande importance pour l'analyse de la contemporanéité.

La crise traitée par le cinéma et les récits médiatiques (tant informatifs que fictionnels) est un formidable ressort dramatique cristallisant les doutes et les peurs d'une époque.

Commençant avec le cinéma (ses allégories et transcriptions des actions sociales et politiques) et continuant avec toute narration figurative des problèmes sociaux contemporains (la crise étant un problème majeur), cet appel invite des analyses et recherches des narrations médiatiques contemporaines pour saisir les mythes dominants sous-tendant la vie de tous les jours.

Tandis que les narrations filmiques (du moins les plus réussies auprès du grand public) traitent souvent le chaos dû aux « forces du mal » (utilisant des allusions concernant la mauvaise gestion humaine sans être spécifiques), les autres narrations médiatiques placent souvent la réalité dans le cadre des mythes et des prénotions dominantes.

Dans les films à succès il existe des systèmes puissants et impressionnants (périmètres de sécurité, déploiement militaire, mise en œuvre de technologie, élites choisies par le système pour faire face à la crise) et bien entendu un individu héroïque et sauveur (pédagogie simplifiante de la crise montrant néanmoins l'aperçu « dominant » sur la division du monde en zones de sécurité et en zones « insécurisées » –comme c'est le cas de la Méditerranée voisinant du « Proche Orient », zone en guerre presque continue depuis longtemps). C'est à ce stade qu'il faut parler des représentations de la guerre (y compris la guerre économique) puisque la crise absolue dans la vie des nations est bien la guerre. Période de lois d'exceptions, de radicalisation des enjeux, où les nations et les sociétés jouent leur survie autant que le triomphe ou la dissolution d'un certain rapport au monde, période d'horreur et d'honneur, de médiocrité et d'héroïsme, la guerre est une crise qui permet aux « grands méchants » et aux « innocents » d'une culture de se retrouver...

Plusieurs axes d'investigation intéressent les travaux de ce colloque, comme, à titre indicatif, les suivants :

- Représentations.
- La propagande par les rêves (ou le triomphe d'un modèle de pensée dominant)?
- Le « dialogue » entre mythes dominants et réflexions périphériques (comme par exemple les productions cinématographiques des pays euro méditerranéens et sud-méditerranéens à budgets réduits où la représentation des crises est moins "spectaculaire", et où la crise est montrée par l'intermédiaire de personnages puisés dans la vie de tous les jours qui confrontent des problèmes sociaux, politiques ou familiaux liés aux grandes crises).
- Industries Culturelles et productions locales.
- La réception & Cultural Studies (décodages et compréhensions des divers récits par les publics)
- Héros et Victimes.

Les résumés des propositions de communication (jusqu'à 500 mots) doivent être envoyés à l'adresse : recitsfilmiquesdelacrise@gmail.com jusqu'au 28 février 2019.