

PRESENTATION DU PROJET

1. Intitulé du Projet

Littérature, Médias , TIC et usages institutionnels

2. Date de démarrage du projet

Janvier 2013

3. Composition de l'équipe de Recherche

a. Chef de projet

Nom	Prénom	Spécialité	Grade et fonction	Etablissement
- <i>DAOUD</i>	<i>Mohamed</i>	<i>Littérature</i>	<i>Professeur</i>	<i>Université d'Oran</i>

b. Membres de l'équipe

Nom	Prénom	Spécialité	Grade et fonction	Etablissement
- <i>BACHIR BOUIADJRA</i>	<i>Mohamed</i>	<i>Littérature</i>	<i>Professeur</i>	<i>Université d'Oran</i>
- <i>ABDELILLAH,</i>	<i>Abdelkader</i>	<i>Bibliothéconomie</i>	<i>Professeur,</i>	<i>Université d'Oran</i>
- <i>ABDELILLAH</i>	<i>Kamel</i>	<i>Traduction</i>	<i>M.A (A),</i>	<i>Université de Mostaganem</i>

4. Résumé de la problématique

Ce qui nous intéresse dans ce projet de recherche relève la place qu'occupe la littérature dans notre pays et les moyens mis en œuvre pour sa promotion. Cet aspect a toujours constitué une étape importante pour les acteurs de cette activité artistique. Les éditeurs, les auteurs, les bibliothécaires, les professionnels des médias ou des TIC, ainsi que les lecteurs s'engagent d'une manière ou d'une autre afin de donner au livre littéraire une existence, une certaine vie. Le livre littéraire comme produit culturel et surtout le genre romanesque (dont il est question dans ce projet), ne pourrait avoir de la valeur, de l'intérêt et de l'importance, s'il n'est pas lu et étudié, ou d'une certaine façon « consommé », en tant que « marchandise symbolique ». C'est l'interactivité entre les différents acteurs, qu'on vient de citer, qui fait que la littérature en général et le genre romanesque en particulier aient de la visibilité. Cette dernière ne peut s'acquérir que par la conjonction de plusieurs actions qui font de la communication, leur credo. Les canaux et les supports d'information traditionnels (presse écrite, radio, télévision, etc.) continuent d'orienter la promotion du livre littéraire sur la base de démarches usitées, mais l'avènement des TIC a bouleversé les pratiques culturelles et les médiations en introduisant de nouvelles dimensions communicatives.

Cet objet de recherche (*Littérature, Médias , TIC et usages institutionnels*) nous associe à plusieurs problématiques relevant des dysfonctionnements de la mise en œuvre de la politique culturelle du pays et des pratiques culturelles dans leur versant le plus significatif, à savoir la lecture du livre littéraire entre autres. Il est à relever, également, le décalage entre la consommation des biens matériels et la consommation du livre littéraire, comme produit à double signification (matérielle et symbolique).

Les déficiences du secteur du livre en Algérie sont nombreuses (non-maitrise de la demande de lecture, manque d'investissement dans le secteur, absence de management adéquat de la part des éditeurs, faible réseau des librairies, insuffisances dans la formation dans les métiers du livre...),

ce qui nous pousse à s'interroger sur les démarches entreprises par les pouvoirs publics, notamment le Ministère de la Culture pour faire promouvoir le livre (organisation du SILA, projet de loi sur le livre, activités au sein des maisons de culture des Wilayas,...), ainsi que sur les initiatives privées telle l'organisation du Salon National du Livre par le Syndicat National des Editeurs du Livre (SNEL), etc.

Ses démarches et initiatives sont-elles suffisantes pour redonner un certain dynamisme au secteur et rétablir des règles qui régissent le secteur sur le plan de la fabrication industrielle et de la circulation commerciale du livre au profit de tous les acteurs de cette pratique culturelle (auteur, éditeur, diffuseur, libraire, lecteur).

5. Répartition des Axes par chercheur.

Intitulé axe	Chercheur
<i>1 TIC, réseaux sociaux et édition</i>	<i>Mohamed DAOUD</i>
<i>2 Presse et promotion littéraire</i>	<i>Mohamed BACHIR -BOUIADJRA</i>
<i>3 Les librairies et l'offre de lecture littéraire.</i>	<i>Abdelkader ABDELILLA</i>
<i>4 Publicité et promotion du livre</i>	<i>Kamel ABDELILL</i>