COMMUNICATION

Recherche

Index

Auteurs

Mots-clés

Numéros en texte intégral

Vol. 40/1 | 2023
Vol. 40/1

Vol. 39/2 | 2022
Vol. 39/2

vol. 39/1 | 2022
Vol. 39/1

Vol. 38/2 | 2021
Vol. 38/2

Vol. 38/1 | 2021
Vol. 38/1

vol. 37/2 | 2020
Vol.37/2

vol. 37/1 | 2020
vol. 37/1

Vol. 36/2 | 2019
Vol. 36/2

vol. 36/1 | 2019
Vol. 36/1

vol. 35/2 | 2018
Vol. 35/2

vol. 35/1 | 2018
Vol. 35/1

vol. 34/2 | 2017
Vol. 34/2

vol. 34/1 | 2016
Vol. 34/1

vol. 33/2 | 2015
vol. 33/2

Vol. 33/1 | 2015
Vol. 33/1

Vol. 32/2 | 2013
Vol. 32/2

Vol. 32/1 | 2013
Vol. 32/1

Vol. 31/2 | 2013
Vol. 31/2

Vol. 31/1 | 2013
Vol. 31/1

Vol. 30/2 | 2012
Vol. 30/2

Vol. 30/1 | 2012
Vol. 30/1

Vol. 29/2 | 2012
Vol. 29/2

Vol. 29/1 | 2011
Vol. 29/1

Vol. 28/2 | 2011
Vol. 28/2

Vol. 28/1 | 2010
Vol. 28/1

Vol. 27/2 | 2010
Vol. 27/2

Vol. 27/1 | 2009
Vol. 27/1

Vol. 26/2 | 2008
Vol. 26/2

Vol. 26/1 | 2007
Vol. 26/1

Vol. 25/2 | 2007
Vol. 25/2

Vol. 25/1 | 2006
Vol. 25/1

Vol. 24/2 | 2006
Vol. 24/2

Vol. 24/1 | 2005
Vol. 24/1

Vol. 23/2 | 2005
Vol. 23/2

Vol. 23/1 | 2004
Vol. 23/1

Vol. 22/2 | 2003
Vol. 22/2

Vol. 22/1 | 2003
Vol. 22/1

vol. 21/2 | 2002
vol. 21/2

vol. 21/1 | 2001
vol. 21/1

vol. 20/2 | 2001
Vol. 20/2

VOL. 40/1 | 2023

Hors thème

L'écrivain en tant que *self media* dans le contexte épidémique de la COVID-19. Médiatisation de soi et auto-exposition

Mihaela-Alexandra Tudor et Corina Ozon

https://doi.org/10.4000/communication.17389

Résumé | Index | Plan | Texte | Bibliographie | Notes | Illustrations | Citation | Auteurs

RÉSUMÉS

FRANÇAIS | ENGLISH | ESPAÑOL

Au prisme des théories de la médiatisation, l'article interroge l'auto-exposition de l'écrivain en tant que *self media* afin de développer une approche de l'auteur et de l'œuvre artistique qui met en exergue la façon dont les logiques des médias socionumériques transforment l'écrivain en un *aucteur*. L'analyse porte sur un corpus de posts publiés dans le contexte pandémique de la COVID-19 et appartenant à dix écrivains roumains qui ont utilisé Facebook à différents degrés pour promouvoir leurs œuvres, lesquelles appartiennent à divers genres littéraires. Les changements du rôle de l'écrivain numérique et l'émergence d'une nouvelle figure auctoriale sont interrogés en regard d'un paysage culturel où compte de plus en plus l'impact des nouvelles technologies de l'information et de la communication sur les pratiques de promotion de l'œuvre artistique par l'auteur lui-même. Dans une perspective communicationnelle, l'article soutient que la médiatisation offre un cadre interprétatif pour penser la pratique médiatique individuelle à large portée, ainsi que pour réfléchir aux transformations des modes de communication auctoriaux aussi bien en matière de praxis que d'usage.

ENTRÉES D'INDEX

Mots-clés : auto-exposition de l'écrivain, médias socionumériques, médiatisation, œuvre littéraire, promotion

Keywords: writer self-exposure, social media, mediatization, literary work, promotion

Palabras claves: autoexposición del escritor, medios de comunicación sociodigitales, cobertura mediática, obra literaria, promoción

PLAN

Médiatisation et auctorialité – ancrage théorique
- Auto-exposition et production de soi dans le contexte de la *self* médiatisation
- Contexte du terrain
- Méthodologie

Analyse des résultats et discussion

Conclusion

TEXTE INTÉGRAL

PDF Freemium

1 Dans le présent article, nous interrogeons la posture de l'écrivain en tant que *self media* et l'émergence d'une figure auctoriale qui inclut les interfaces médiatiques numériques et l'ordre multidimensionnel qui en résulte. L'auto-exposition de l'auteur et l'influence des technologies digitales sur les pratiques de promotion de l'œuvre artistique par l'écrivain lui-même pendant la crise sanitaire de COVID-19 sont examinées au prisme des approches de la médiatisation (Hjavard, 2004, 2008 ; Hepp, 2013). Un corpus de posts appartenant à dix écrivains roumains qui utilisent Facebook pour promouvoir leurs œuvres a été constitué et analysé. Les écrivains représentent divers genres littéraires et différents degrés d'investissement dans les médias socionumériques. Ils ont été suivis entre mars 2020 et mai 2020, période correspondant au premier confinement.

2 Par le biais des résultats empiriques obtenus, nous montrons comment l'écrivain (se) médiatise par l'auto-exposition, la production de soi, le recyclage de l'espace intime et de la biographie personnelle (Baudrillard, 1996) en s'organisant socialement et culturellement. Sous un autre angle, relevant plus de la théorie de la communication, nous sommes amenés à conforter la thèse selon laquelle la médiatisation offre un cadre interprétatif pour penser la pratique médiatique individuelle à large portée – économique, culturelle, sociale, etc. (Couldry et Hepp, 2013) – ainsi que les transformations des modes de communication auctoriaux aussi bien en matière de praxis que

d'usage au-delà de la simple technique.

Médiatisation et auctorialité – ancrage théorique

3 Devant l'urgence de mieux comprendre la complexité de nos sociétés poly et hypermédiatiques, la première décennie du XXIe siècle a connu la consolidation d'une approche théorique nouvelle dans le champ de la communication : la médiatisation. Elle agrège un ensemble de travaux de sensibilisation aux problématiques complexes engendrées par le « tournant médiatique » (Lundby, 2009 ; Couldry et Hepp, *op. cit.* ; Deacon et Stanyer, 2014 ; Strömback, 2008 ; Deuze, 2011 ; Hepp, *op. cit.* ; Gomes, 2016 ; Krotz, 2009, 2017) qui se traduit principalement par un effet cumulatif de l'essor des médias culminant avec la révolution numérique. À partir des années 2010, un programme de recherche portant sur la médiatisation s'articule autour de deux écoles fondatrices : la tradition « institutionnaliste », qui aborde la médiatisation comme une adaptation des différents systèmes et domaines de la réalité – social, culturel, politique, économique, religieux, etc. – aux logiques des médias (Hjavard, 2008), et la tradition « constructiviste sociale », qui entend par « médiatisation » un processus où l'évolution des technologies de l'information et de la communication entraîne les « transformations de la construction communicative de la culture et de la société » (Hepp, *op. cit.*).

4 Ces traditions posent les fondements d'une approche phénoménologique pour penser le rôle des médias [1] dans la construction de la société qui a connu plusieurs vagues de médiatisation : la mécanisation, l'électronisation et la numérisation [2]. Avec la vague de la numérisation, l'humanité est parvenue à une radicalité de la médiatisation dans tous les domaines de la réalité qui changent dans la mesure où ils sont parties prenantes de ce phénomène (Couldry et Hepp, 2013).

5 Le champ littéraire est saisi par le pouvoir des médias et par l'activité de médiatisation qui innervent l'ensemble de ses éléments constitutifs : la posture de l'écrivain, la promotion et la publicisation de l'œuvre, la nature du pouvoir de l'auteur, le rapport auteur-œuvre-lecteur, etc. Les travaux portant sur la médiatisation de l'écrivain se consacrent avec prédilection à des problématiques visant la façon dont l'auctorialité se transforme sous l'influence des médias et dont l'auteur/l'écrivain s'approprie et utilise les technologies et supports médiatiques à partir de l'imprimé en passant par la presse écrite, la radio et la télévision, jusqu'à Internet [3]. Ils traitent effectivement des aspects des effets structuraux des médias, mais la littérature reste à l'écart des théories de la médiatisation qui sont très peu citées et discutées (Klein, 2010). C'est pourquoi cette étude tente d'apporter une contribution à l'analyse structurelle de ce processus global dans le champ littéraire en se penchant sur la façon dont l'écrivain en tant que *self media* emprunte aux règles et logiques institutionnelles médiatiques dans sa pratique individuelle et remodèle sa posture au travers des actes de médiatisation de soi tels que la production de soi, l'auto-exposition et le dévoilement de soi.

1 Médias classiques de masse et médias émergents, c'est-à-dire médias socionumériques.

2 La mécanisation correspond à l'invention de l'imprimerie, à l'apparition de la presse écrite et de (...)

3 Il s'agit principalement des travaux en lien avec l'infiltration du champ littéraire par les médias (...)

Auto-exposition et production de soi dans le contexte de la *self* médiatisation

6 La culture de la médiatisation a investi de façon durable l'espace littéraire en poussant l'autonomisation de l'écrivain à prendre de nouvelles formes et expressions devenues plus visibles durant la pandémie de COVID-19. Il s'agit de pratiques caractéristiques des médias telles que l'exposition et la production de soi au service de la médiatisation de soi.

7 L'exposition de soi (ou l'auto-exposition) dans le champ littéraire est étroitement liée à l'évolution des supports médiatiques et apparaît dans la littérature du type journal intime (Herring et Paollilo, 2006 ; Deseilligny, 2010). Elle prend de l'ampleur au fur et à mesure que les médias se développent et que les processus relevant de la médiatisation tels que la starification, la tabloïdisation et la *peopleisation* infiltrent le fonctionnement du champ littéraire. À travers l'auto-exposition, l'espace littéraire s'approprie la logique médiatique qui le pousse vers la marchandisation des situations individuelles de l'écrivain : ses affects, son ordinaire et son espace intime (Meizoz, 2021).

8 L'exposition de soi « à l'écran » est une pratique initialement impulsée par les phénomènes télévisuels de célébrification. Les séries télévisées du type *soap opéra* et *télénovelas*, les spectacles Big Brother, ceux de découverte des talents, les journaux télévisés et les *talk-shows* mondains ont créé une culture de l'exposition de soi et de la curiosité médiatique et ont mis les bases du courant *faire soi-même*. Ils ont favorisé par la suite l'expression de l'individualisation dans l'environnement numérique, doté d'outils et de leviers pour se produire et se médiatiser soi-même. Ainsi les nouveaux médias sont-ils devenus un lieu de *self production* de la société (Hidri et Smati, 2013), un espace où les écrivains sont parties prenantes de l'activité de médiatisation en tant que producteurs de contenu et « entrepreneurs » de soi (Cardon, 2010 ; Meizoz, 2021). Avec l'avènement des technologies digitales qui permettent la visibilité publique immédiate et le « faites-le par vous-mêmes » par l'intermédiaire des *self media*, en l'occurrence les réseaux socionumériques, la médiatisation de soi se déploie comme un nouveau terrain pour la production de soi, résultat de l'exposition de soi cultivée d'abord par les médias anciens et transformée dans une forme d'expression à part entière par les nouveaux médias. Cette hypothèse est mise à l'épreuve au travers de l'étude empirique exploratoire que nous avons réalisée.

Contexte du terrain

9 Après la chute du communisme en décembre 1989, le champ littéraire roumain a été soumis à un processus de remodelage de l'éthos de l'écrivain. La dissidence du type « écriture pour le tiroir » pendant le communisme ainsi que le manque de liberté d'expression ont influencé le processus postcommuniste de reconstruction identitaire de l'écrivain roumain. Le revirement de l'image de l'écrivain s'est produit dans l'action de médiatisation au moment où il commence à se promouvoir lui-même dans l'espace public médiatique par la prise de position politique et l'exposition de soi (Cusnir, 2016) sur le fond d'un engouement de la population pour les médias, privée de télévision sous le régime de Ceausescu. Avec le début de cette nouvelle ère de libertés, on peut affirmer que l'écrivain roumain existe en tant que tel lorsqu'il est « vu à la télé ». Il s'agit effectivement d'une particularité du champ littéraire roumain qui s'empare très rapidement des médias passant, pour reprendre le syntagme de Meizoz (2021), d'un « régime de la signature à un régime de la marque ». Les écrivains qui ont une existence sur le marché du livre sont ceux qui se forgent une image médiatique, donc ceux connus du grand public des médias *mainstream* (presse écrite, radio, télévision).

10 Internet a eu une influence majeure et a marqué un tournant dans ce processus. Les écrivains roumains sont devenus des utilisateurs fervents du Web et des réseaux socionumériques notamment par le blogue, le premier technogenre natif de la toile dans la pratique de l'expression de soi.

11 Avant la crise pandémique, l'appropriation de l'environnement numérique par les écrivains roumains en matière de promotion de soi se concrétisait dans des activités qui se partageaient entre les médias sociaux et les événements en présence tels les foires, les salons du livre et les lancements[4]. Le bouleversement produit par l'annulation de tout événement culturel en présence, non seulement durant la première période de confinement que nous avons prise en compte, mais également longtemps après, a particulièrement touché la culture et le champ littéraire en Roumanie. Avant le déclenchement de la crise de COVID-19, la Roumanie ne se trouvait pas dans une bonne position en matière de ventes de livres. Les études de marché font état d'un effondrement du marché du livre depuis le début de l'année 2020 (cf. Profit.ro, 2020), de nombreux éditeurs étant au bord de la faillite. Selon l'étude de la Fédération européenne des éditeurs (Mediafax, 2020) et Eurostat (Eurostat, 2018), 93,8 % des Roumains ne lisent pas, soit un peu plus de 6 % de la population du pays ce qui place la Roumanie au dernier rang en Europe. Même durant la période de confinement, malgré des attentes élevées, les ventes de livres n'ont pas augmenté ; au contraire, elles ont diminué de 95 % (Mediafax, 2020). Les salons du livre qui impulsaient les ventes étant annulés, tout comme l'étaient les événements de lancement, les écrivains roumains sont obligés de se limiter à la promotion de leur œuvre exclusivement en ligne, ayant comme barrières, outre les conditions imposées par la pandémie à la culture, ce manque d'intérêt national pour acheter et lire. Dans les récits publiés sur les réseaux socionumériques, les écrivains roumains comparent cette situation à une catastrophe, à un désastre à gérer en plus de la situation difficile du livre sur le marché roumain.

4 Le marché mondial et roumain du livre a été affecté par la crise économique de 2008. À partir de 20 (...)

Méthodologie

12 Nous avons fait le choix d'une recherche exploratoire initiale, susceptible de constituer une base pour des travaux ultérieurs plus concluants, attendu qu'il s'agit d'aborder des problèmes et contextes peu traités. Pour ce faire, nous avons monitoré les posts de dix écrivains roumains, cinq femmes et cinq hommes, durant le premier pic de la crise sanitaire de 2020, de mars jusqu'en mai, lorsque l'ensemble de la population roumaine est confiné. Ce choix a été fait dans l'objectif de montrer comment l'écrivain cultive la médiatisation de soi par l'auto-exposition et l'auto-production en tant que stratégies d'individualisation et pratiques d'augmentation de l'audience en vue de la promotion de son œuvre dans une période d'accélération de l'usage des technologies du numérique qui a accentué et même créé des ruptures avec les pratiques antérieures.

13 Les critères sous-jacents à la sélection des dix écrivains sont :

a. la notoriété (reflétée dans les ventes de livre et le degré de popularité des auteurs) ;

b. la popularité sur Facebook, le réseau le plus prisé en Roumanie[5] ;

c. la diversité des genres d'écriture, des professions de base, le sexe et l'âge ;

d. l'animation d'un blogue pour s'autopromouvoir et promouvoir les livres ;

e. le degré d'investissement dans les médias sociaux (actifs et moins actifs).

5 Douze millions d'utilisateurs en décembre 2021, enregistrés par Zelist Blog Blog Archive Overview S (...)

Le protocole éthique de la méthode auto-ethnographique employée recommande de protéger l'identité des sujets (Tullis, 2016). C'est pourquoi nous avons gardé l'anonymat et codé les sujets de S1 à S10, en ajoutant le genre, f ou m (exemples : S1f, S5m…). Dans le tableau 1, nous avons reporté le profil des écrivains selon les critères retenus.

Tableau 1

Code écrivain	Age	Blogue/Vlogue	Profession de base	Abonnés sur Facebook
Slf	43	blogue journal intime	journaliste, psychologue	43 000 (2020)
S2f	43	blogue parentalité	bloggeuse	132 000 (2020)
S3m	62	-	éditeur de livres, traducteur, producteur d'émissions culturelles à la télévision	39 335 (2021)
S4m	66	-	professeur des universités	107 735 (2021)
S5m	43	-	professeur des universités, activiste politique	8 000 (2020)
S6f	47	site culturel	directrice d'agence de communication	1 806 (2021)
S7f	66	blogue de présentation de soi	professeure des universités	1 136 (2021)
S8f	58	-	psychothérapeute	739 (2021)
S9m	43	-	producteur en télévision	34 904 (2021)
Sl0m	53	vlogue culinaire	journaliste de radio	23 000 (2020)

Profil des écrivains

14 Le monitoring des pages Facebook des écrivains à l'aide de la méthode auto-ethnographique a commencé au mois de mars 2020. La méthode consiste à observer les statuts et la dynamique du comportement en ligne des écrivains en temps réel. Nous avons fait ce choix méthodologique pour des raisons qui réunissent les conditions nécessaires à l'analyse des cultures et communautés en ligne (cf. Jouët et Caroff, 2013), c'est-à-dire a) l'autobiographie, b) l'environnement numérique et c) l'encadrement historique du contexte (la pandémie de COVID-19). Par son caractère mémorialistique et narratif et parce qu'elle permet l'analyse de l'expérience et de la vulnérabilité humaines (Holman-Jones, Adams et Ellis, 2016), l'auto-ethnographie offre la possibilité d'établir une tendance sociale et/ou sociétale sur une certaine période, à partir d'une expérience et des événements, au prisme de l'angle de vue d'un individu ou d'une communauté dans un contexte unique (*ibid.*). Ainsi avons-nous pu observer la posture, les logiques et les récits construits dans les actions de médiatisation de soi des écrivains, liés à un certain événement (la COVID-19), ainsi que les expressions de l'exposition de soi. Nous avons également pu mettre en évidence comment les écrivains en tant que *self media* ont eux-mêmes re-cadré les informations à partir de l'*agenda médiatique*, participant activement au processus d'*agenda setting* (McCombs, 1981 ; Rashi et McCombs, 2017).

15 En ce qui concerne la collecte des données, nous avons choisi de monitorer une semaine par mois, la plus marquante du point de vue événementiel :

- 23-29 mars 2020 : la première semaine après la déclaration de l'état d'urgence (120 posts) ;
- 13-20 avril 2020 : la semaine avant et après les vacances de Pâques en confinement (137 posts) ;
- 18-24 mai 2020 : la première semaine après la déclaration de l'état d'alerte (suppression de l'attestation et des horaires de sortie de la maison, obligation du port du masque uniquement dans les espaces fermés) (58 posts).

16 Nous avons défini la grille d'analyse suivante :

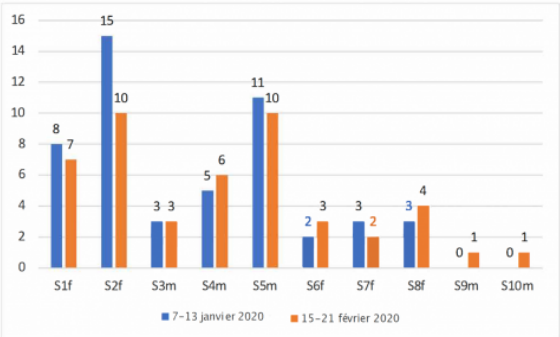
- nombre d'abonnés : monitoring de la croissance durant la période concernée ;
- influence des événements repères (événements décisifs du point de vue médiatique et sociétal liés à l'instauration de la situation de crise) ;
- codification (identification des codes à la base de la production de sens des récits) ;
- cadrage de l'information par l'écrivain en tant que *self media* (fonction de l'*agenda setting* appliquée à la médiatisation de soi afin de déterminer le poids du jeu médiatique individuel dans la structuration d'une réaction des publics) ;
- récurrence des mots-clés par écrivain et pour la totalité des posts par jour (identification du type de récit et le degré de diversification suite au confinement).

17 Les données recueillies ont été exploitées à partir d'une base Excel et de la grille précitée. Elles ont fait l'objet d'une analyse thématique. Nous avons choisi cette technique qualitative pour sa polyvalence (Paillé, 2011) et parce qu'elle s'applique de façon déductive et inductive à la fois. Nous avons porté notre préférence sur une approche inductive dans le paradigme compréhensif. En partant du corpus de posts, nous avons repéré et généré les thèmes, les sujets et les codes des récits afin de comprendre l'objet de notre recherche par l'appréhension des éléments listés dans la grille qui, une fois agencés, nous ont facilité la reconstitution du corpus pour sa récontextualisation. L'usage de l'approche par le sens a permis de dégager les significations des logiques médiatiques individuelles et collectives puisqu'elles impose l'idée de « communauté communicationnelle », appréhendée comme sujet de la compréhension du sens (Schurmans, 2006).

Analyse des résultats et discussion

18 Avant la crise sanitaire qui débute en Roumanie avec le premier confinement en mars 2020, les dix écrivains enregistraient une activité modérée sur Facebook. Les graphiques 1 et 2 montrent la progression et l'intensité par nombre de posts et par écrivain sur deux semaines choisies de façon aléatoire avant et durant la période pandémique monitorée. On peut également observer le détail de l'évolution au travers du graphique 3, qui compare l'activité sur Facebook des écrivains S1f et S5m, eux aussi choisis de manière arbitraire.

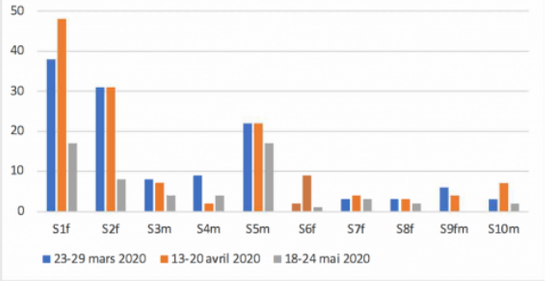
Graphique 1



Agrandir Original (png, 164k)

Nombre de posts avant la crise sanitaire (semaines du 7 au 13 janvier et du 15 au 21 février 2020)

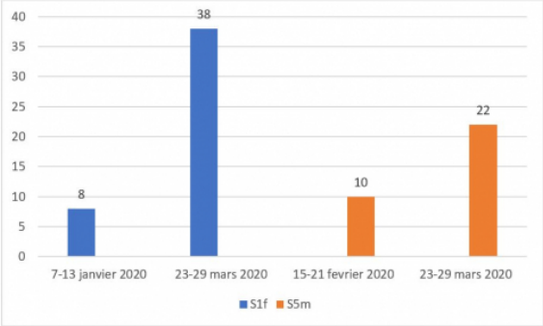
Graphique 2



Agrandir Original (png, 146k)

Dynamique des publications pour l'ensemble des écrivains durant la période étudiée

Graphique 3



Agrandir Original (jpeg, 41k)

Évolution des publications avant et au début de la pandémie (écrivains S1f et S5m)

19 Comme le montrent les graphiques, le décomptage des posts est fait par semaine. L'analyse suit le même principe pour une meilleure lisibilité et par souci de cohérence avec la démarche méthodologique.

20 La première semaine correspond à la période du 23 au 29 mars 2020 et comprend un corpus de 120 posts. Nous avons accordé une importance particulière au premier jour monitoré parce qu'il coïncide avec le moment de la déclaration de l'état d'urgence. Dans les posts des dix écrivains, nous avons identifié les éléments suivants :

- récurrence des mots-clés : père, maladie, virus, Italie, mort ;
- mots-clés sur l'effet des événements de l'actualité : bouleversement, tristesse et peur ;
- récits principaux : peur de l'épidémie et évocation de la mort ;
- récits secondaires : souvenirs liés aux parents et à l'Italie (premier pays très touché par la COVID-19 où réside une diaspora roumaine importante).

21 Dans le processus de médiatisation de soi, la plupart des écrivains ont créé des posts à travers l'auto-exposition et à l'aide des informations sur le virus diffusées par les médias *mainstream*. Il s'agit effectivement d'un re-*cadrage individuel* de l'information médiatique principale. Pour illustration, nous citons le post de S1f (capture 1).

Capture d'écran 1

Agrandir Original (png, 448k)

Médiatisation de soi, post S1f

Source : page Facebook de S1f [6]

6 « Je vous demande aussi à vous qui pensez que les gens qui sont déjà en train de mourir étaient com (...)

22 D'autres auteurs (S3m, S4m et S9m) s'auto-médiatisent à travers des récits ironiques d'auto-exposition construits sur des jeux de mots liés à des informations relatives aux restrictions de quitter la maison (capture 2) :

Capture d'écran 2

Agrandir Original (png, 75k)

Médiatisation de soi. Jeu de mots (S3m, S4m et S9m)
« Ces jours-ci, l'intelligence ne me fait pas vraiment sortir de la maison » (traduit du roumain).

23 La médiatisation de soi a été réalisée par des informations qui imposaient la distanciation sociale et l'isolement, la préoccupation pour les personnes âgées et les parents.

24 Dans ce laps de temps, les écrivains suivis n'ont créé que deux posts sur des sujets purement culturels, c'est-à-dire des sujets qui ont mis au centre la promotion directe de livres. Ils ont été réalisés en format vidéo (S5m, S7f).

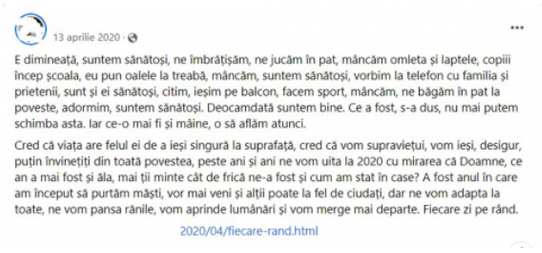
25 En ce qui concerne l'ensemble de la semaine, nous avons identifié les codes listés ci-dessous. Il est à noter que tous les posts sont construits sur des pratiques d'auto-exposition.

- 24 mars 2020 : *La peur d'accepter la réalité de l'isolement/des restrictions.* La médiatisation est liée à l'actualité du virus COVID-19 diffusée par les médias : restriction, isolement et protection.
- 25 mars 2020 : *Communication en ligne par connexion numérique et lien social numérisé.* La médiatisation s'articule autour des actualités sur l'isolement, les restrictions et la scolarisation en ligne.
- 26 mars 2020 : *Reconstruction de l'espoir dans l'isolement par le biais de la lecture des livres*. Les récits sont majoritairement littéraires et les auteurs se médiatisent eux-mêmes par des directs ou des interviews sur les réseaux.
- 27 mars 2020 : *Les livres apportent de l'espoir dans l'isolement. Le récit principal est culturel.* Il y a une prolifération d'actions en ligne pour promouvoir les livres par l'auto-exposition.
- 28 mars 2020 : *L'espoir de changement via le respect des règles sanitaires imposées par l'épidémie.* La médiatisation de l'actualité diffusée sur les médias concernant les consignes de protection.
- 29 mars 2020 : *Adaptation familiale en isolement. Les récits sont divers, il n'y a pas d'informations prédominantes ou communes employées dans la médiatisation.* Les premiers thèmes liés au couple et à la sexualité apparaissent, d'où une ouverture plus large à des sujets généralement liés à l'espace intime.

26 Pendant la première semaine suivie, on a observé que les codes et les récits ont tablé d'abord sur la peur, ensuite sur l'espoir et enfin sur l'adaptation. La plupart des écrivains ont construit leurs posts par le truchement du recadrage des informations qui ont fait l'actualité du jour dans les journaux télévisés, avec accent sur les restrictions imposées par l'état d'urgence.

27 Dans la semaine du 13 au 20 avril 2020, les écrivains suivis ont produit 137 posts. Nous nous limitons à présenter les codes puisqu'ils renvoient également aux autres éléments étudiés. Le 13 avril 2020, le code principal est *l'isolement à domicile*. Par exemple, S2f s'auto-expose par la médiatisation de soi, d'une part, en parlant du quotidien personnel et familial et, d'autre part, en recadrant les actualités diffusées par les grands médias en rapport avec le respect des règles sanitaires, le confinement, le port du masque, etc. (capture 3). En même temps, S2f propose un récit où il se projette dans un avenir sécurisé par rapport à la pandémie, parlant du présent comme d'un passé mémorable mais désagréable. Le public est pris comme participant actif à ce récit.

Capture d'écran 3


13 aprilie 2020 ·

E dimineață, suntem sănătoși, ne îmbrățișăm, ne jucăm în pat, mâncăm omleta și laptele, copiii încep școala, eu pun oalele la treabă, mâncăm, suntem sănătoși, vorbim la telefon cu familia și prietenii, sunt și ei sănătoși, citim, ieșim pe balcon, facem sport, mâncăm, ne băgăm în pat la poveste, adormim, suntem sănătoși. Deocamdată suntem bine. Ce a fost, s-a dus, nu mai putem schimba asta. Iar ce-o mai fi și mâine, o să aflăm atunci.

Cred că viața are felul ei de a ieși singură la suprafață, cred că vom supraviețui, vom ieși, desigur, puțin învinețiți din toată povestea, peste ani și ani ne vom uita la 2020 cu mirarea că Doamne, ce an a mai fost și ăla, mai ții minte cât de frică ne-a fost și cum am stat în case? A fost anul în care am început să purtăm măști, vor mai veni și alții poate la fel de ciudați, dar ne vom adapta la toate, ne vom pansa rănile, vom aprinde lumânări și vom merge mai departe. Fiecare zi pe rând.

2020/04/fiecare-rand.html

Agrandir Original (png, 541k)

S2f : récit sur l'isolement à domicile

Source : page Facebook de S2f [7]

[7] « C'est le matin, nous sommes en bonne santé, nous nous embrassons, nous jouons au lit, nous mangeo (...)

28 D'autres écrivains parmi ceux suivis se sont médiatisés par des récits sportifs, économiques et psychologiques.

29 Du 14 avril 2020 jusqu'au 17 avril, les récits ont reposé sur les codes suivants : fêtes pascales, vie de famille en isolement à l'occasion des Pâques orthodoxes, religion et foi, Église orthodoxe roumaine, police nationale et lumière de la résurrection. Il s'agit notamment des posts avec recadrage en clé humoristique et amère de l'information sur l'Église orthodoxe roumaine qui apporte la lumière pascale aux fidèles avec la police nationale pour s'assurer du respect des restrictions (capture 4 de S9m), mais aussi des récits sur les fêtes en isolement où la médiatisation de soi par l'auto-exposition prend la forme d'un texte avec des références livresques. Les écrivains tentent ainsi de donner envie au public de reprendre la lecture promouvant indirectement leurs œuvres. Pour illustration, le post de l'auteur S5m (capture 5).

Capture d'écran 4

18 aprilie 2020 ·

BOR nu a înțeles că mai sănătos decât să ne trimită lumină era să ne lase cu ochii în soare.

și alți 288 1 comentariu 7 distribuiri

Agrandir Original (png, 71k)

S9m : Église orthodoxe roumaine, police nationale et lumière de la résurrection

Source : page Facebook de S9m

30 Légende : « L'Église orthodoxe roumaine n'a pas compris qu'il aurait été mieux pour la santé de nous laisser regarder le soleil dans les yeux que de nous envoyer la lumière de la résurrection » (traduction du roumain).

Capture d'écran 5

17 aprilie 2020 ·

a întrebat nouă scriitori cum ne petrecem Paștile.

Transcriu mai jos răspunsul meu - și las linkul cu toate răspunsurile în comentarii:

„Ne petrecem Paștile ca noi toți: încercând să transformăm timpul captiv în timp luminos. În timp regăsit. Ne-am transformat toți într-o planetă de Prousti captivi în camere căptușite cu plută (planeta întreagă e o cămăruță căptușită cu plută) - și muncim din greu, ca și el, la transformarea memoriei captive în memorie iluminată. Micile cumpărături la magazinele din jurul blocului sunt 'Du côté de chez Swann'. Mesele cu soția sunt 'À l'ombre des jeunes filles en fleurs'. Iar masa de Paști, sperăm cu toții, va fi 'Timpul regăsit'. Captivitatea asta, în fond, face literal adevărată vorba aia veche: faci rai din ce ai."

și alți 128 11 comentarii

Agrandir Original (png, 259k)

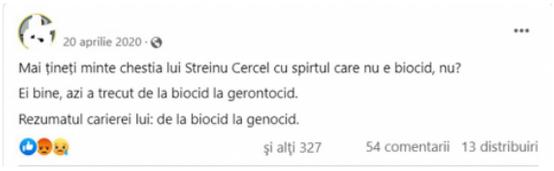
S5m : Récits sur les fêtes en isolement avec des références livresques

Source : page Facebook de S5m [8]

8 « Nous passons les Pâques comme tout le monde : en essayant de transformer le temps captif en temps (...)

31 Deux aspects sont saillants dans la semaine d'avant et pendant les fêtes pascales. Premièrement, les écrivains femmes font des posts codifiés autour des actes charitables et des histoires qui relatent le vécu personnel par rapport aux Pâques. On remarque par ailleurs qu'il s'agit de la seule particularité genrée des publications. Deuxièmement, on observe les premiers posts où les écrivains (capture 6) évoquent les théories de la conspiration portées par certains médecins dans le cadre des émissions diffusées par les médias *mainstream* roumains. Il s'agit notamment de la théorie concernant le génocide des personnes âgées.

Capture d'écran 6



Agrandir Original (png, 92k)

S5m : Théories de la conspiration. Le génocide des personnes âgées

Source : page Facebook de S5m [9]

9 « Vous vous souvenez de l'histoire de Streinu Cercel (médecin roumain, n.n.) avec de l'alcool non b (...)

32 En ce qui concerne l'influence des événements sur les récits, on note une évolution qui passe d'abord par la tristesse, ensuite par l'humour et enfin par l'ironie. Les messages sont codifiés autour de la constellation formée des mots-clés tels que le confinement, la lumière de la résurrection, les Pâques, la famille et les personnes âgées.

33 La semaine de passage à l'état d'alerte – du 18 au 24 mai 2020 – rassemble 58 posts. Les thèmes se développent de la façon suivante : isolement et besoin de normalité (18 mai), restrictions (19, 20, 21, 24 mai), peur de la nouveauté de la pandémie de COVID-19 (21 mai), peur du balayage thermique à l'entrée des commerces, mères célibataires en pandémie, école en ligne, (20 mai), la messe des Pâques au bord de la mer (19 mai). Cette semaine est caractérisée par des récits d'auto-exposition qui misent sur le recadrage des informations principales diffusées par les médias — restrictions, confinement, librairies fermées, festivals annulés, école en ligne, etc. (captures 7 et 8). Les narrations sont hétérogènes, introspectives, psychologiques, familiales, culturelles, etc.

Capture d'écran 7

Agrandir Original (png, 225k)

S5m : Récit d'auto-exposition – librairies fermées [10]

10 « J'ai hâte de visiter Humanitas à Sibiu aujourd'hui, la librairie me manque vraiment. Mais je veux (...)

Capture d'écran 8

Agrandir Original (png, 95k)

S5m : Récit d'auto-exposition, école en ligne

Source : page Facebook de S5m [11]

11 « Sébastian est devant l'ordinateur, à une sorte de cours de programmation ou quelque chose comme ç (...)

34 La fréquence des publications est devenue visiblement faible. On remarque l'absence de la promotion des livres. Un changement important pour cette période consiste en l'augmentation d'un tiers en moyenne du nombre de *followers* par rapport au mois de janvier 2020 pour l'ensemble des écrivains suivis. Les paramètres des autres indicateurs sont les mêmes que ceux observés la semaine précédente.

35 Au cours des semaines monitorées, les écrivains se sont médiatisés sur Facebook à travers des récits participant de la promotion de soi par l'auto-exposition, qui demeure la principale forme de promotion, de communication et de médiatisation de soi auprès des lecteurs. Dans la construction des posts, les écrivains s'appuient principalement sur l'extimité, pratique complexe relevant de la dynamique de l'extériorité et de l'intimité, propre à la logique des médias socionumériques (Rouquette, 2008 ; Paveau, 2015).

36 Les recherches sur les technologies discursives influencées par les études psychanalytiques, psychologiques (Tisseron, 2011) et littéraires (Tournier, 2004) [12] considèrent l'extimité sur les médias socionumériques et Internet comme une validation et réalisation de l'intimité. Elle repose sur a) l'extériorisation de fragments d'intimité par exposition sur les réseaux, b) la demande de validation par autrui, fondatrice d'un désir de reconnaissance, et c) le bénéfice personnel et social (Paveau, *op. cit.*). L'extimité est donc une pratique d'exposition et de dévoilement de soi destinée à consolider et à s'approprier son image ainsi qu'à augmenter son capital social, c'est-à-dire l'acquisition par le biais des relations médiatisées de ressources matérielles, informationnelles ou émotionnelles (Casilli, 2013 ; Paveau, *op. cit.*).

12 D'où le terme hérite une partie de son univers sémantique.

37 Effectivement, les posts étudiés (en tant que technogenre narratif du Web) documentent un rapport très étroit et complexe entre le besoin généralisé d'extimité que les conditions du confinement ont exacerbé[13] et le besoin d'extimité plus propre à la posture de l'écrivain confronté à l'appétit pour l'intimité caractéristique des médias socionumériques, en l'occurrence Facebook, qui impose un mode opératoire autoscopique et extime, et à l'immédiateté du réseau qu'il faut « innerver » pour accroître son capital et la reconnaissance de l'autre comme instances de légitimation et de consécration de son œuvre.

13 Les écrivains sont des humains et utilisent les réseaux comme toute autre personne.

38 L'ensemble des récits construits par les écrivains se nourrissent de ces deux variantes de besoins, très souvent imbriqués. Le besoin général d'extimité est plus visible dans les récits principaux qui traitent de la peur de COVID-19, de la mort, de l'espoir et de l'adaptation à un nouvel ordre (captures 1, 3 et 7).

39 Le besoin d'extimité propre à l'écrivain au service de la médiation de soi est alimenté par des posts de projection de soi où il met son cœur « à nu », voire par des microrécits d'intériorité subjective qui accèdent à la représentation artistique (captures 1, 5 et 8). Les publications puisent dans ce qui représente « le plus profond de soi » pour l'amener à ce qui est « le plus extérieur à soi » (Côté, 2011) afin de créer une sorte d'intimité sociale, propre à l'extimité et à l'écosystème médiatique. Le re-cadrage des informations diffusées par les médias *mainstream*, qui passent du simple commentaire d'opinion à des micro-narrations sur la base de jeux de mots ou de l'auto-ironie (capture 2, 4 et 6), s'enracine également dans les affects des écrivains entrelacés aux possibilités de l'imaginaire.

40 On observe que dans la plupart des récits, l'axe de l'intériorité (le soi, son histoire personnelle, son ressenti, en bref, son vécu) croise l'axe de l'altérité (exprimer à l'intention de l'autre) et l'axe de l'actualité (exprimer/s'exprimer sur ce qui se passe au milieu des événements rapportés par les médias *mainstream*). Cela est révélateur de la force des médias dans le formatage des narrations, où le pouvoir de l'écrivain, c'est-à-dire son œuvre, se voit contourné par la stratégie de médiatisation (de soi).

41 Ce tournant que mettent en évidence les pratiques de promotion de soi des écrivains étudiés ne consiste pas seulement à miser sur l'extimité, car elle est ancrée dans l'œuvre artistique et la posture de l'écrivain (Côté, *op. cit.*), mais aussi à coloniser la posture de l'écrivain par la logique médiatique qui le transforme dans un *aucteur*. Il s'agit d'une notion renvoyant à un acte promotionnel dont l'écrivain est acteur, à la culture de masse où il devient protagoniste, à une accommodation aux médias (classiques et nouveaux) par le fait qu'il « fait soi-même ». L'inscription de son action dans cette logique lui apporte du capital médiatique, une nouvelle ressource dans la compétition littéraire. Cette tendance est visible également dans le contenu des posts que les dix écrivains ont publiés avant la pandémie (voir les périodes présentées dans les graphiques). Même si avant la crise le fil conducteur a une dominante culturelle (parution de livre, lancement, etc.), les écrivains aboutissent à des récits s'appuyant sur l'exposition de soi et sur la « gestion de la mise en scène créée par soi-même » en vue de l'auto-promotion. Ils « domestiquent » le processus de médiatisation et le transforment en médiatisation de soi. Par exemple, l'écrivaine S1f crée un post accompagné d'un montage de photos

avec sa nouvelle coiffure pour annoncer le lancement de son dernier livre. Ensuite, elle diffuse une vidéo en direct avec l'événement. S2f produit des posts qui font référence à sa passion – la parentalité. Elle partage chaque jour sur Facebook un lien vers un article pour les parents écrit et publié sur son blogue consacré à ce sujet.

42 L'auto-exposition par l'extimité est donc destinée non seulement à communiquer avec l'autre, mais surtout à intéresser l'autre en vue de la consécration par une auto-consécration qui ne dit pas son nom. L'extrait suivant en est l'expression :

> Pendant ce temps, comme tout le monde, j'ai fait face à l'idée de finitude et à ma peur de mort. Inévitable. Et tous ces jours, en lisant quelques critiques de mes livres (certaines à propos de quelques récitations) et quelques messages de remerciements, j'ai eu un sentiment de grande paix : tout n'a pas été vain, je n'ai pas vécu en vain, peu importe quand je mourrai. J'ai laissé une petite trace de bien, et c'est le maximum que l'on puisse espérer en tant que personne médiocre, non touchée par l'aile du génie, qui n'est pas venue au monde avec la lourde tâche de découvrir ou de créer quelque chose de fondamental pour l'humanité. Donc, je pourrais mourir à tout moment, j'ai fait quelque chose de bien, je n'ai pas consommé tout l'oxygène en vain. Cette année, pour mon anniversaire, je veux continuer à multiplier les bienfaits (Extrait 1. S1f : Récit d'auto-exposition, la peur de la nouveauté de la pandémie, source page Facebook de S1f).

43 Cela dit, dans le processus de médiatisation de soi, les écrivains analysés soignent les modalités de gestion de leur capital social sur le réseau au travers de la mise en commun des éléments ayant trait à leur monde intérieur (peur de mourir) et par le biais d'une expression à l'attention de l'autre (actes charitables pour marquer l'anniversaire, lectures des critiques de leurs livres, remerciements, traces de leur œuvre, etc.) qui doit les valider et leur apporter des bénéfices quantifiables instantanément sur le réseau, sous forme de technosignes comme les likes ou les émojis ou d'autres modes technodiscursifs tels que les commentaires. Ces modalités reposent sur les trois éléments constitutifs de l'extimité. Ainsi peut-on observer que la médiatisation de soi des écrivains suivis s'inscrit dans un processus d'optimisation du dévoilement de soi qui engage des critères propres aux logiques de fonctionnement médiatique : l'actualité (évaluation de la situation et adaptation au contexte au moyen de l'encadrage des posts en fonction de ce qui fait la une sur les médias *mainstream*), la reconnaissance (consolidation du prestige symbolique pour conforter la validation d'autrui et l'influence pour se faire remarquer cf. Kent, 2023), le bénéfice du *brand* et de marketing (catégorisation du contenu afin de se mettre en évidence et de se différencier pour promouvoir son œuvre et consolider sa notoriété).

44 Cela dit, les récits produits par les écrivains roumains ne dissocient pas le statut de l'auteur de l'œuvre de celui d'individu dans son univers intime. Cela correspond à ce que Heinich observait déjà à l'égard de l'emprise des médias classiques sur l'auteur qui commençait à conforter la « confusion entre l'œuvre et la personne […], entre valeurs marchandes et valeurs littéraires, visibilité médiatique et talent, littérature et divertissement » (2000, p. 159). Il s'agit ici d'une forme plus forte de médiatisme (*ibid.* ; Michel, 2003 ; Da Rocha Soares, 2011), c'est-à-dire une expression de l'autorité totale des logiques médiatiques sur les normes et critères appartenant exclusivement au champ de la création littéraire censée légitimer en priorité le statut de l'auteur et sa notoriété.

45 La médiatisation de soi de l'écrivain dans le contexte pandémique table sur l'usage de l'extimité exacerbée par le confinement ainsi que sur un changement en cours de la posture de l'écrivain, une posture orientée *self media*. Cette posture signifie qu'il dispose de ses propres médias (les réseaux socionumériques) et qu'il est son propre média en tant que créateur et diffuseur de contenu. Elle fait de l'écrivain un *aucteur* marquant une professionnalisation de l'écrivain en homme de média. Ainsi, si on parle plutôt d'une tendance, les caractéristiques des médias socionumériques seraient greffées sur la posture de l'auteur. Le primat de l'influence du *storytelling* personnel, l'entrecroisement des récits extimes et l'(auto)promotion commerciale, la réinvention à l'« écran numérique » d'une trajectoire individuelle et sociale, l'assimilation du *branding* et des enjeux marchands consolidés en période pandémique par les pratiques poussées de médiatisation de soi feraient partie intégrante de l'éthos contemporain de l'écrivain.

Conclusion

46 Nous avons déployé les changements de la posture de l'écrivain dans le cadre du premier confinement de la crise pandémique de COVID-19 au prisme de la médiatisation de soi et des pratiques sous-jacentes. L'étude a tenté de mettre en évidence que les logiques médiatiques s'immiscent dans les pratiques d'auto-exposition et de production de soi des écrivains monitorés par différents biais : la façon d'organiser, de présenter et de mettre en valeur l'actualité informationnelle en même temps que la vie intime, l'emprunt des routines de production et de diffusion, des normes et des règles caractéristiques du fonctionnement des médias et la médiatisation de soi qui actualise le double mouvement d'extimité, c'est-à-dire de l'autre comme soi, dans une écriture de soi à soi, et de soi à l'autre et vice versa, dans une écriture de soi pour un public.

47 Les écrivains s'approprient la fonction d'*agenda setting* en mettant leur intimité au goût de l'actualité. Ils « scénarisent » leur œuvre et leur propre vie dans l'espace ambivalent de l'extimité non seulement dans un cheminement communicationnel pour accéder à une signification du ressenti pendant cette période et artistique pour mettre en récit ce temps d'isolation imposé par la pandémie, mais également dans une démarche de conservation et de consolidation de leur capital social pour des raisons d'économicisation de l'image de soi, *intrinsèque* à la médiatisation de soi.

48 Les résultats ont également montré que l'auto-exposition au service de la médiatisation de soi rend l'expérience directe avec l'œuvre secondaire, le jugement portant davantage sur la créativité médiatique de l'écrivain en tant que producteur de « récits-posts » que sur la performativité de l'œuvre en soi et la créativité littéraire qui a moins de force pour légitimer l'auteur en tant que tel. Les écrivains sont amenés à s'autoconsacrer par la médiatisation de soi en faisant preuve de « média-génie numérique », c'est-à-dire en misant sur leur talent et leur capacité de « faire soi-même » en tant que *self media*.

49 Finalement, on peut inférer que l'expérience pandémique a accentué la médiatisation de soi de l'écrivain par l'auto-exposition qui percole le champ littéraire de telle façon que l'image-auteur construite sur le réseau social l'emporte sur l'image-créateur, ce q u i efface toute distinction entre l'auteur créateur de l'œuvre et l'auteur en tant que personne. La médiatisation de soi met en jeu une identité médiatisée qui se construit dans un rapport permanent avec le dispositif technologique et est contrainte par ses caractéristiques intrinsèques.

ADORNO Theodor et Max HORKHEIMER (1983), *La dialectique de la raison*, Paris, Gallimard.

AER.RO (2017), « L'industrie du livre en Roumanie. Un tableau en première » (« Industria cărții în România. Un tablou în premieră. »), *Fédération des éditeurs européens*, https://aer.ro/ro/industria-cartii-in-europa-un-tablou-in-premiera/, page consultée le 3 décembre 2021.

ARON Paul, Denis SAINT-JACQUES et Alain VIALA (dir.) (2002), *Le dictionnaire du littéraire*, Paris, Presses universitaires de France.

ALLARD Laurence, Camille ALLOING, Marianning LE BECHEC et Julien PIERRE (2017), « Les affects numériques », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 11. DOI : 10.4000/rfsic.2870.

BARTHES Roland (1993), « La mort de l'auteur », dans *Le bruissement de la langue. Essais critiques IV*, Paris, Seuil, p. 63-69.

BAUDRILLARD Jean (1985), *Simulacres et simulation*, Paris, Galilée.

BAUDRILLARD Jean (1996), *La société de consommation*, Paris, Gallimard.

BELK Russell (2010), « Sharing », *Journal of Consumer Research*, 36(5), p. 715-734. DOI : 10.1086/612649.

BOLTER Jay David et Richard GRUSIN (1996), « Remediation », *Configurations*, 4(3), p. 311-358. DOI : 10.1353/con.1996.0018.

BOUVIER Gwen (2012), « How Facebook users select identity categories for self-presentation », *Journal of Multicultural Discourses*, 7(1), p. 37-57.

BOURDIEU Pierre (1992), *Les règles de l'art. Genèse et structure du champ littéraire*, Paris, Seuil.

BRATOSIN Stefan (2006), « Les nanotechnologies en Roumanie : de la forme symbolique à la logique de désymbolisation », *Quaderni*, 61, « La fabrique des nanotechnologies/The construction of nanotechnologies », p. 55-69. DOI : 10.3406/quad.2006.2069.

BRATOSIN Stefan (2007), *La concertation dans le paradigme du mythe*, Berlin, Peter Lang.

CARDON Dominique (2010), « Les réseaux sociaux en ligne et l'espace public », *L'Observatoire*, 2(37), p. 74-78. DOI : 10.3917/lobs.037.0074.

CASILLI Antonio A. (2013), « Contre l'hypothèse de la fin de la vie privée », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 3. DOI : 10.4000/rfsic.630.

CÔTÉ Jean-François (2011), « Des origines artistiques de l'extimité à une esthétique généralisée des démocraties de masse chez Andy Warhol », dans *Le Texte étranger,* 8, https://dela.univ-paris8.fr/etranger/pages/8/cote.html, page consultée le 2 janvier 2022.

CUSNIR Camelia (2016), « Romanian public intellectuals and their use of new media », *Journal of Media Research*, 9(3), p. 24-37.

CHOULIARAKI Lilie (2010), « Self-mediation: new media and citizenship », *Critical Discourse Studies*, 7(4), p. 227-232. DOI : 10.1080/17405904.2010.511824.

COULDRY Nick et Andreas HEPP (2013), « Conceptualizing mediatization: Contexts, traditions, arguments », *Communication Theory*, 23(3), p. 191-202. DOI : 10.1111/comt.12019.

DA ROCHA SOARES Corina (2011), « L'écrivain sous les feux des projecteurs : étude d'un phénomène contemporain dans le champ littéraire européen d'expression française », *Carnets, première série 2*, 10-11, p. 189-214. DOI : 10.4000/carnets.5706.

DAYAN Daniel (2010), *Informatique, libertés, identités*, Paris, FYP.

DEACON David et James STANYER (2014), « Mediatization: Key concept or conceptual bandwagon? », *Media, Culture & Society*, 36, p. 1032-1044. DOI : 10.1177/0163443714542218.

DEBRAY Régis Jules (1979), *Le pouvoir intellectuel en France*, Paris, Ramsay.

DEBRAY Régis Jules (1991), *Cours de médiologie générale*, Paris, Gallimard.

DESEILLIGNY Oriane (2010), « Le blog intime au croisement des genres de l'écriture de soi », *Itinéraires*, p. 73-82. DOI : 10.4000/itineraires.1985.

DEUZE Mark (2011), « Media life », *Media, Culture & Society*, 33, p. 137-148. DOI : 10.1177/0163443710386518.

EUROSTAT (2018), https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/EDN-20180423-1, page consultée le 24 février 2022.

GOFFMAN Erving (1953), *Communication conduct in an island community*, Thèse de doctorat, Chicago, Université de Chicago.

GOFFMAN Erving (1973), *La mise en scène de la vie quotidienne*, Paris, Éditions de Minuit.

GOMES Pedro Gilberto (2016), « Mediatization: A concept, multiple voices », *Essachess. Journal for Communication Studies*, 9(18), p. 197-212, https://www.essachess.com/index.php/jcs/article/view/349, page consulté le 3 janvier 2022.

HEPP Andreas (2013), « The communicative figurations of mediatized worlds: mediatization research in times of the "mediation of everything" », *European Journal of Communication*, 28, p. 615-629. DOI : 10.1177/0267323113501148.

HEPP Andreas, Stig HJARVARD et Knut LUNDBY (2010), « Mediatization empirical perspectives: An introduction to a special issue », *Communications*, 35(3), p. 8-26. DOI : 10.1515/comm.2010.012.

HEPP Andreas et Friedrich KROTZ (2014), « Mediatized worlds: Understanding everyday mediatization », dans Andreas HEPP et Friedrich KROTZ (dir.), *Mediatized worlds: Culture and society in a Media Age*, London, Palgrave, p. 1-15.

HEINICH Nathalie (2000), *Être écrivain : création et identité*, Paris, La Découverte.

HERRING C. Susan et C. John PAOLLILO (2006), « Gender and genre variation in weblogs », *Journal of Sociolinguistics*, 10, p. 439-459. DOI : 10.1111/j.1467-9841.2006.00287.x.

HIDRI Abdallah et Nozha SMATI (2013), « Le self media et l'exploration du moi », *Communication*, 3(2). DOI : 10.4000/communication.4510.

HJARVARD Stig (2004), « The Mediatization of Society A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change », *Nordicom Review*, 29(2), p. 105-134.

HJAVARD Stig (2008), « The mediatization of society », *Nordicom Review*, 29(2), p. 105-134. DOI :10.1515/nor-2017-0181.

HOLMAN-JONES Stacy, Tony E. ADAMS et Carolyn ELLIS (2016), *Handbook of autoethnography*, Londres, Routledge.

HOSKINS Andrew (2009), « Flashbulb memories, psychology and media studies: fertile ground for interdisciplinarity », *Memory Studies*, 2(2), p. 147-150. DOI : 10.1177/1750698008102049.

HOTNEWS.RO (2019), « Gaudeamus 2019 : Environ 115.000 personnes ont visité le salon du livre de cette année » (« Gaudeamus 2019 : Târgul de carte a fost vizitat în acest an de aproximativ 115.000 de persoane »), https://www.hotnews.ro/stiri-cultura-23514036-gaudeamus-2019-targul-carte-fost-vizitat-acest-aproximativ-115-000-persoane.htm, page consultée le 21 décembre 2021.

JOUËT Josiane et Coralie LE CAROFF (2013), « L'observation ethnographique en ligne », dans Christine C. BARATS (dir.), *Manuel d'analyse du web en sciences humaines et sociales*, Paris, Armand Colin, p. 147-165.

KENT Michael L. (2023), « Strategic Communicators as Online Influencers », ESSACHESS – *Journal for Communication Studies*, https://doi.org/10.21409/RCG3-BS49, page consultée le 10 juin 2023.

KLEIN Annabelle (2010), « Entre médiation et médiatisation, dynamiques identitaires en jeu dans les dispositifs d'autopublication sur Internet », *ESSACHESS – Journal for Communication Studies*, 3 ,2(6), p.147-161, https://www.essachess.com/index.php/jcs/article/view/10, page consultée le 12 février 2022.

KROTZ Friedrich (2009), « Mediatization: a concept with which to grasp media and societal change », dans Knut LUNDBY (dir.), *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*, New York, Peter Lang, p. 21-40.

KROTZ Friedrich (2017), « Explaining the mediatisation approach », *Javnost – The Publ. Journal of the European Institute for Communication and Culture*, 24, p. 103-118. DOI : 10.1080/13183222.2017.1298556.

LEJEUNE Philippe (1980), « L'image de l'auteur dans les médias », *Pratiques linguistique, littérature, didactique*, 27, p. 31-40. DOI : https://doi.org/10.3406/prati.1980.1169.

LIVINGSTONE Sonia (2009), « On the mediation of everything », *Journal of Communication*, 59(1), p. 1-18. DOI : 10.1111/j.1460-2466.2008.01401.x.

LUNDBY Knut (dir.) (2009), *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*, Berne/Berlin/Bruxelles/Francfort-sur-le-Main/New York/Oxford/Vienne, Peter Lang.

MCCOMBS Maxwell E. (1981), « The agenda-setting approach », dans Dan NIMMO et Keith SANDERS (dir.), *Handbook of Political Communication*, Beverly Hills, Sage, p. 121-140.

MCLUHAN Marshall (1967), *La galaxie Gutenberg*, Paris, Gallimard.

MAINGUENEAU Dominique (2009), « Auteur et image d'auteur en analyse du discours », *Argumentation et analyse du discours*, 3. DOI : 10.4000/aad.660.

MARTENS David, Jean-Pierre MONTIER et Anne REVERSEAU (dir.) (2017), *L'écrivain vu par la photographie. Formes, usages, enjeux*, Rennes, Presses universitaires de Rennes.

MEDIAFAX (2020), « Étude : Les Roumains ont acheté moins de livres pendant la pandémie. Les ventes de livres dans les librairies ont diminué » (« Studiu : românii au cumpărat mai puține cărți în pandemie. Vânzarea de carte în librării a scăzut »), https://www.mediafax.ro/social/studiu-romanii-au-cumparat-mai-putine-carti-in-pandemie-vanzarea-de-carte-in-librarii-a-scazut-cu-85-19468077, page consultée le 2 décembre 2021.

MEHL Dominique (2007), « La télévision de l'intimité », *French Cultural Studies*,18(2), p. 153-167. DOI : 10.1177/0957155807077991.

MEIZOZ Jerôme (2021), « Posture de l'écrivain en manager », *Dacoromania literraria*, 8(1), p. 9-17.

MILLER R. Carolyn et Dawn SHEPHERD (2004), « Blogging as social action: A genre analysis of the weblog », dans Laura GURAK, Smiljana ANTONIJEVIĆ, Laurie JOHNSON Clancy RATLIFF et Jessica REYMAN (dir.), *Into the Blogosphere: Rhetoric, community, and culture of weblogs*, Minneapolis, University Press of Minnesota, p. 1-24.

MICHEL Chantal (2003), « Maurice Blanchot », dans Jean-François LOUETTE et Roger-Yves ROCHE (dir.), *Portraits de l'écrivain contemporain*, Seissel, Champ Vallon, p. 99-110.

MICOLET Hervé (2003), « L'homme au solex : Jacques Réda », dans Jean-François LOUETTE et Roger-Yves ROCHE (dir.), *Portraits de l'écrivain contemporain*, Seissel, Champ Vallon, p. 145-163.

NEEMAN Elsa, Jérôme MEIZOZ et Claire CLIVAZ (2012), « Culture numérique et auctorialité : réflexions sur un bouleversement », *A contrario*, 17(1), p. 3-36. DOI : 10.3917/aco.121.0003.

PAILLÉ Pierre (1996), « De l'analyse qualitative en générale et de l'analyse thématique en particulier », *Recherches qualitatives*, 15, p. 179-94.

PAILLÉ Pierre (2011), « Les conditions de l'analyse qualitative », *Sociologies.* DOI : 10.4000/sociologies.3557.

PAVEAU Marie-Anne (2015), *[Dictionnaire] Extimité*, https://technodiscours.hypotheses.org/748, page consultée le 15 janvier 2022.

PROFIT.RO (2020), « Le marché du livre s'est effondré, les ventes ont chuté de 70 %. L'Association des éditeurs craint que de nombreux éditeurs ne fassent faillite » (« Piața de carte a intrat în colaps, vânzările au căzut cu 70 %. Asociația Editorilor se teme că multe edituri vor intra în faliment »), https://www.profit.ro/povesti-cu-profit/retail/piata-de-carte-a-intrat-in-colaps-vanzarile-au-cazut-cu-70-asociatia-editorilor-se-teme-ca-multe-edituri-vor-intra-in-faliment-19334342, page consultée le 2 décembre 2021.

RASHI Tsuriel et Maxwell McCOMBS, (2017), « Biblical antecedents of modern Agenda-Setting: religious platforms in lieu of mass media », *ESSACHESS. Journal for Communication Studies*, vol. 10, 2(20), 2017, p. 77-92, https://www.essachess.com/index.php/jcs/article/view/389, page consultée le 5 décembre 2021.

RIEFFEL Rémy (2005), *Que sont les médias ?*, Paris, Gallimard, Coll. « Folio actuel ».

ROUQUETTE Sébastien (2008), « Les blogs "extimes" : analyse sociologique de l'interactivité des blogs », *tic&société*, 2(1). DOI : https://doi.org/10.4000/ticetsociete.412.

STRÖMBÄCK Jesper (2008), « Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics », *The International Journal of Press/Politics*, 13(3), p. 228-246.

SCHULZ Winfried (2004), « Reconstructing mediatization as an analytical concept », *European Journal of Communication*, 19(1), p. 87-101. DOI : 10.1177/0267323104040696.

SCHURMANS Marie-Noelle (2006), *Expliquer, interpréter, comprendre. Le paysage épistémologique des sciences sociales*, Carnets des sciences de l'éducation, Genève, Université de Genève, Section des sciences de l'éducation.

TISSERON Serge (2011), « Intimité et extimité », *Communications*, 1(88), p. 83-91.

THÉRENTY Marie-Ève et Adeline WRONA (dir.) (2020), *L'écrivain comme marque*, Paris, Sorbonne Université Presses, Coll. « Lettres françaises ».

TOURNIER Michel (2004), *Journal extime*, Paris, Gallimard.

TULLIS Jillian A. (2016), « Self and others. Ethics in auoethnographic research », dans Stacy HOLMAN JONES, Tony ADAMS et Carolyn ELLIS (dir.), *Handbook of Autoethnography*, London, Routledge, p. 244-261.

TURNER Graeme (2006), « The mass production of celebrity: "Celetoids", reality TV and the "demotic turn" », *SAGE Journal of Cultural Studies*, 9(2), p. 153-165. DOI : 10.1177/1367877906064028.

WALLERSTEIN Immanuel (1992), *Le système du monde du xve siècle à nos jours*, Paris, Flammarion.

ZAGIDULINA Marina (2018), « Panmediatization of the future we are building today: An analysis of ICT roadmaps in the European Union », dans Mihaela. A. TUDOR et Stefan BRATOSIN (dir.), *Croire en la technologie : médiatisation du futur et futur de la médiatisation*, France, Iarsic, p. 17-34.

NOTES

1 Médias classiques de masse et médias émergents, c'est-à-dire médias socionumériques.

2 La mécanisation correspond à l'invention de l'imprimerie, à l'apparition de la presse écrite et de la machine à écrire, à l'électronisation au développement des médias électroniques au xxe siècle tels la radio, la télévision, le téléphone, l'imprimante, le photocopieur, bref la remédiation des inventions des siècles précédents… et la numérisation à la datafication, la connectivité digitale et les médias numériques algorithmisés.

3 Il s'agit principalement des travaux en lien avec l'infiltration du champ littéraire par les médias. Ces recherches évoquent des sujets tels que la construction de l'auctorialité avec l'invention de l'imprimerie, à partir de la deuxième moitié du xve siècle, tournant connu comme l'ouverture de la galaxie Gutenberg (McLuhan, 1967), la figure de l'auteur – fédérateur d'une œuvre – et la figure du public forgées au même rythme que le développement du support imprimé et de la mécanisation, première vague de médiatisation de l'humanité, les effets de la révolution industrielle du xixe siècle qui favorisera la « sacralisation » de la figure de l'auteur (Neeman *et al.*, 2012) et de l'essor des médias de masse au xxe siècle qui préfigurera in nuce les tendances et transformations actuelles de l'auctorialité. Beaucoup d'études ont problématisé les rapports de la posture de l'écrivain avec l'industrialisation, la commercialisation, la *marketisation* de la culture, la consécration de la personnalité et de l'individualité de l'auteur par et dans les médias, la transformation du pouvoir symbolique de l'écrivain dans un pouvoir commercial de promotion (Debray, 1979 ; Lejeune, 1980 ; Adorno et Horkheimer, 1983 ; Bourdieu, 1992 ; Rieffel, 2005 ; Thérenty et Wrona, 2020 ; Meizoz, 2021). Régis Debray remarque les conséquences de cette médiatisation de l'écrivain par la starisation : « Le lectorat diminue sans cesse, et *l'aura* du livre […] s'est reportée sur son auteur, fugacement, mais "réellement", puisque c'est lui qu'on voit à la télé. Dévalorisation de l'écrit, starisation de l'écrivain » (1991, p. 286).

4 Le marché mondial et roumain du livre a été affecté par la crise économique de 2008. À partir de 2011, il a connu une croissance avec de nouveaux titres et ventes (cf. Rapport de la Fédération des éditeurs européens de 2017). En Roumanie, les librairies et salons du livre étaient les lieux préférés des lecteurs pour l'acquisition de livres, deux événements étant prisés en particulier : Bookfest et Gaudeamus. Le dernier salon du livre qui a eu lieu avant l'épidémie en novembre 2019 (Gaudeamus à Bucarest) a été visité par 11 500 personnes et a accueilli 900 événements (Hotnews.ro, 2019).

5 Douze millions d'utilisateurs en décembre 2021, enregistrés par Zelist Blog Blog Archive Overview Social Media in.ro. Il est suivi par Instagram, Tweeter, les forums et la blogosphère.

6 « Je vous demande aussi à vous qui pensez que les gens qui sont déjà en train de mourir étaient comme des morts, parce qu'ils ont des maladies chroniques, des comorbidités : comment faire, j'ai un père dans cette situation, je le considère déjà comme mort ? Je dis ça y est, il va bientôt mourir de toute façon (même s'il vit avec tous ses maladies depuis tant d'années et ça va et je vais le crucifier) ? Est-ce que vous et vos parents faites ça ? J'ai ce dilemme et je ne sais pas si mon père est mort, selon vos avis d'experts, ou s'il est encore en vie et pourrait vivre longtemps, s'il n'est pas infecté par ce virus à cause de certaines personnes "détendues" qui pensent comme ça. Il est sous dialyse, et peut-être le fils d'un de ses collègues de dialyse raisonne comme ça. Que son père soit déjà mort et qu'il n'y a pas besoin de le protéger et c'est ainsi que le virus atteint mon père, par contagion » (traduit du roumain).

7 « C'est le matin, nous sommes en bonne santé, nous nous embrassons, nous jouons au lit, nous mangeons de l'omelette et du lait, les enfants commencent l'école, je mets les casseroles au travail, nous mangeons, nous sommes en bonne santé, nous parlons au téléphone avec la famille et les amis, ils sont aussi en bonne santé, on lit, on sort sur le balcon, on fait du sport, on mange, on se couche pour parler, on s'endort, on est en bonne santé. Nous allons bien pour l'instant. Le jour est révolu, nous ne pouvons pas changer cela. Et ce qui sera demain, nous le saurons alors. Je pense que la vie a sa façon de remonter à la surface toute seule, je pense que nous survivrons, nous sortirons bien sûr un peu meurtris de toute l'histoire, durant des années nous regarderons 2020 avec l'émerveillement : mon Dieu, quelle année c'était, tu te rappelles à quel point nous avions eu peur et comment nous sommes restés dans les maisons ? C'était l'année où nous avons commencé à porter des masques, d'autres viendront et peut-être tout aussi bizarres, mais nous nous adapterons à tout, nous panserons nos blessures, nous allumerons des bougies et nous continuerons. Chaque jour de suite » (traduction du roumain).

8 « Nous passons les Pâques comme tout le monde : en essayant de transformer le temps captif en temps lumineux. Dans le temps retrouvé. Nous nous sommes tous transformés en une planète de Proust, captifs dans des pièces bordées de liège (la planète entière est une petite pièce bordée de liège) – et nous travaillons dur, comme lui (Proust), pour transformer la mémoire captive en mémoire éclairée. Le petit shopping dans les magasins autour du pâté de maisons est "Du côté de chez Swann". Les repas avec la femme sont "À l'ombre des jeunes filles en fleurs". Et le repas de Pâques, nous l'espérons tous, sera "Le temps retrouvé". Cette captivité, après tout, rend littéralement réel ce vieil adage : vous faites le paradis avec ce que vous avez » (traduction du roumain).

9 « Vous vous souvenez de l'histoire de Streinu Cercel (médecin roumain, n.n.) avec de l'alcool non biocide, n'est-ce pas ? Eh bien, aujourd'hui, on est passé du biocide au géronticide. Résumé de son parcours : du biocide au génocide » (traduction du roumain).

10 « J'ai hâte de visiter Humanitas à Sibiu aujourd'hui, la librairie me manque vraiment. Mais je veux vous dire autre chose : il y a deux ou trois semaines, pendant le confinement, il était temps de quitter la maison. Je me suis équipé, j'ai complété mes attestations et je suis sorti. Devant la librairie Humanitas, dans les vitrines, il y avait quelqu'un d'autre, toujours bien équipé. Je ne l'ai pas d'abord reconnu : c'était une de mes amies, libraire chez Humanitas – elle était juste venue s'assurer que les livres étaient dans la vitrine, même si personne ne pouvait venir les acheter. Bien qu'elle ne me l'ait pas dit, c'était clair, il lui manquait. Écoute, des choses comme ça me font savoir que ça va aller » (traduction du roumain).

11 « Sébastian est devant l'ordinateur, à une sorte de cours de programmation ou quelque chose comme ça. Je l'entends dire : J'essaie de faire un homme. Cela me brise-t-il le cœur de lui dire que cela a déjà été fait ; où cela finira ? » (traduction du roumain).

12 D'où le terme hérite une partie de son univers sémantique.

13 Les écrivains sont des humains et utilisent les réseaux comme toute autre personne.

TABLE DES ILLUSTRATIONS

Titre	**Graphique 1**
Légende	Nombre de posts avant la crise sanitaire (semaines du 7 au 13 janvier et du 15 au 21 février 2020)
URL	http://journals.openedition.org/communication/docannexe/image/17389/img-1.png
Fichier	image/png, 164k

Titre	**Graphique 2**
Légende	Dynamique des publications pour l'ensemble des écrivains durant la période étudiée
URL	http://journals.openedition.org/communication/docannexe/image/17389/img-2.png
Fichier	image/png, 146k

Titre	**Graphique 3**
Légende	Évolution des publications avant et au début de la pandémie (écrivains S1f et S5m)
URL	http://journals.openedition.org/communication/docannexe/image/17389/img-3.jpg
Fichier	image/jpeg, 41k

Titre	**Capture d'écran 1**
Légende	Médiatisation de soi, post S1f
Crédits	Source : page Facebook de S1f [6]
URL	http://journals.openedition.org/communication/docannexe/image/17389/img-4.png
Fichier	image/png, 448k

Titre	**Capture d'écran 2**
Légende	Médiatisation de soi. Jeu de mots (S3m, S4m et S9m)« Ces jours-ci, l'intelligence ne me fait pas vraiment sortir de la maison » (traduit du roumain).
URL	http://journals.openedition.org/communication/docannexe/image/17389/img-5.png
Fichier	image/png, 75k

Titre	**Capture d'écran 3**
Légende	S2f : récit sur l'isolement à domicile
Crédits	Source : page Facebook de S2f [7]
URL	http://journals.openedition.org/communication/docannexe/image/17389/img-6.png
Fichier	image/png, 541k

Titre	**Capture d'écran 4**
Légende	S9m : Église orthodoxe roumaine, police nationale et lumière de la résurrection
Crédits	Source : page Facebook de S9m
URL	http://journals.openedition.org/communication/docannexe/image/17389/img-7.png

Fichier	image/png, 71k

Titre	**Capture d'écran 5**
Légende	S5m : Récits sur les fêtes en isolement avec des références livresques
Crédits	Source : page Facebook de S5m [8]
URL	http://journals.openedition.org/communication/docannexe/image/17389/img-8.png
Fichier	image/png, 259k

Titre	**Capture d'écran 6**
Légende	S5m : Théories de la conspiration. Le génocide des personnes âgées
Crédits	Source : page Facebook de S5m [9]
URL	http://journals.openedition.org/communication/docannexe/image/17389/img-9.png
Fichier	image/png, 92k

Titre	**Capture d'écran 7**
Légende	S5m : Récit d'auto-exposition – librairies fermées [10]
URL	http://journals.openedition.org/communication/docannexe/image/17389/img-10.png
Fichier	image/png, 225k

Titre	**Capture d'écran 8**
Légende	S5m : Récit d'auto-exposition, école en ligne
Crédits	Source : page Facebook de S5m [11]
URL	http://journals.openedition.org/communication/docannexe/image/17389/img-11.png
Fichier	image/png, 95k

POUR CITER CET ARTICLE

Référence électronique
Mihaela-Alexandra Tudor et Corina Ozon, « L'écrivain en tant que *self media* dans le contexte épidémique de la COVID-19. Médiatisation de soi et auto-exposition », *Communication* [En ligne], Vol. 40/1 | 2023, mis en ligne le 28 août 2023, consulté le 20 septembre 2023. URL : http://journals.openedition.org/communication/17389 ; DOI : https://doi.org/10.4000/communication.17389

AUTEURS

Mihaela-Alexandra Tudor
Mihaela-Alexandra Tudor est professeure des universités en communication et sociologie des médias et directrice adjointe du CORHIS (UR 7400), IARSIC-CTS, à l'Université Paul Valéry – Montpellier 3

Articles du même auteur

Croire en la technologie [Texte intégral]
Médiatisation du futur et futur de la médiatisation
Paru dans *Communication*, vol. 37/1 | 2020

Corina Ozon
Corina Ozon est docteure en sciences de l'information et de la communication, CORHIS (UR 7400), IARSIC-CTS, à l'Université Paul Valéry – Montpellier 3 et à l'Université de Bucarest

DROITS D'AUTEUR

Creative Commons - Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International - CC BY-NC-ND 4.0
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/