

Journée d'études

Communication des organisations et narrations en ligne

Université de Lorraine

Campus du Saulcy – Metz

Nouvelles dates (report) : 18 et 19 mars 2021

Cette journée d'études s'inscrit dans une série qui a débuté en décembre 2015 à l'université Toulouse 2 et qui posait la question de la pertinence de l'analyse des sites web au vu de la diversification des formes et dispositifs de communication des organisations en ligne depuis plusieurs années. Trois éditions ont suivi (Bordeaux 2017, Paris 2018 et Clermont-Ferrand 2019), avec publication d'un premier ouvrage collectif (Rouquette, 2017) et d'autres en préparation (Mpondo Dicka, Pinède, Massou, 2021).

La thématique de cette 5^{ème} édition sera centrée sur **le questionnement et l'analyse des liens entre communication des organisations, dispositifs numériques en ligne et narrations**. Par ces trois entrées, elle s'inscrit dans la lignée des précédentes éditions, tout en proposant un focus inédit sur le fait narratif dans les rhétoriques professionnelles et récits des organisations, qui dépasse les secteurs déjà bien documentés sur ce thème comme le journalisme, la communication politique ou les jeux vidéo.

Considérant le récit comme un acte de communication (soit le fait de raconter), on peut entendre la narration comme la représentation d'une histoire, c'est à dire d'une sélection d'actions et d'évènements successifs. La journée d'études visera en particulier à proposer des cadres méthodologiques et théoriques permettant de formaliser et d'analyser le rôle de la narration dans les stratégies de communication en ligne des organisations, quels que soient leur statut (entreprises, collectivités, institutions, associations...) et le dispositif numérique utilisé : sites web, réseaux sociaux, applications mobiles, jeux numériques.

Entre autres objectifs, les communications proposées pourront analyser le rôle des narrations développées dans l'objet technique (en prenant en compte les spécificités du dispositif numérique retenu) et celles produites par les usagers (professionnels/profanes, témoins/lecteurs/commentateurs, individus/communautés...), en considérant les complémentarités ou frictions qui peuvent advenir. Ces narrations en ligne peuvent s'inscrire dans des stratégies et modalités communicationnelles diverses, parmi lesquelles (liste non exhaustive) :

- le storytelling (Salmon, 2007 ; Citton, 2010) ;
- les narrations interactives ou transmédiatiques (Jenkins, 2006, 2014 ; Cailler, Masoni Lacrois, 2014) ;
- les témoignages ;
- la patrimonialisation ;
- la ludicisation (Genvo, 2011) ;
- les imaginaires et cadres de référence collectifs ;
- la démocratie participative ;
- la conception collaborative.

Dans une approche résolument sociotechnique, il s'agira également de comprendre comment de nouvelles pratiques ou formes de narration peuvent émerger dans le cadre de ces mêmes dispositifs numériques, et contribuer à les transformer. Les communications retenues pourront notamment répondre aux questions suivantes (liste indicative) :

- Comment les organisations se saisissent ou produisent-elles de nouvelles formes narratives en ligne ?
- Par quelles marques (ou traces) les auteurs de ces narrations sont-ils rendus visibles, ou non ?
- Quelle place occupe la dimension fictionnelle dans ces stratégies narratives ?
- Quel est l'impact de ces dispositifs en ligne sur les pratiques de narration dans la communication des organisations, et inversement ?
- Dans quelle mesure le recours à la narration contribue-t-il, ou non, à la production de sens au sein de l'organisation et vis-à-vis de son environnement (usagers, clients, partenaires, concurrents...) ?
- Le recours à la narration modifie-t-il, ou vise-t-il à modifier, les rapports avec leurs publics ?
- Quelles métriques les organisations mobilisent-elles pour évaluer la réception de telles stratégies de communication en ligne ?

Les propositions de communication attendues devront prendre appui sur un cadre théorique et méthodologique précis, et privilégier des études menées sur un corpus ou un dispositif numérique en ligne clairement identifié.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Cailler, B. & Masoni Lacroix, C. (2014). Industries narratives et publics de télévision : le défi de la logique transmédia. *Télévision*, 5(1), 27-45
- Citton, Y. (2010). *Mythocratie: storytelling et imaginaire de gauche*. Paris : Editions Amsterdam.
- Genvo, S. (2011). Penser les phénomènes de "ludicisation" du numérique : pour une théorie de la jouabilité. *Revue des sciences sociales*, 45, 68-77. Accès : http://www.ludologique.com/publis/Ludicisation_Genvo_S.pdf
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Jenkins, H. (2014). Rethinking 'Rethinking Convergence/Culture'. *Cultural Studies* 28(2), 267-97. Accès : <https://doi.org/10.1080/09502386.2013.801579>.
- Mpondo Dicka, P., Pinède, N. & Massou, L. (dirs, 2021). *Analyser les sites web. Approches méthodologiques et pédagogiques*. Londres, ISTE Editions (à paraître)
- Rouquette, S. (dir, 2017). *Site Internet : audit et stratégie*. Louvain-la-Neuve, de Boeck.
- Salmon, C. (2007). *Storytelling : la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*. Paris: Découverte, 2007.

DATES : 18 et 19 mars 2021 (**nouvelles dates suite à un report**)

LIEU : Université de Lorraine, Ile du Saulcy (Metz)

MODALITES DE SOUMISSION

Les propositions de communication sont à envoyer à Luc Massou (luc.massou@univ-lorraine.fr) et Julien Falgas (julien.falgas@univ-lorraine.fr). Elles se présenteront de la façon suivante :

- *Première page* : titre de la proposition, auteur(s), rattachement institutionnel et coordonnées, mots-clefs (5 maximum) ;
- *Deuxième page* : titre et proposition de communication en 4000 caractères maximum (espaces compris), hors bibliographie.

CALENDRIER :

- Nouvelle diffusion de l'appel : **2 novembre 2020**
- Date limite de soumission des propositions de communication : **15 janvier 2021**
- Réponse aux auteurs : **5 février 2021**

Un ouvrage collectif chez ISTE Editions, rassemblant une sélection des communications révisées pour publication, prolongera cette 5^{ème} journée d'études en 2022.

COMITE SCIENTIFIQUE ET DE PILOTAGE :

Falgas Julien– Université de Lorraine / Centre de Recherche sur les Médiations (CREM)

Massou Luc– Université de Lorraine / Centre de Recherche sur les Médiations (CREM)

Mpondo Dicka Patrick– Université Toulouse 2 Jean Jaurès / Laboratoire d'Etudes et de Recherches Appliquées en Sciences Sociales (LERASS)

Pinède Nathalie– Université Bordeaux Montaigne / Médiation, Information, Communication et Arts (MICA)

Rouquette Sébastien– Université Clermont Auvergne / Communication et Sociétés

Stockinger Peter– Institut national des Langues et Civilisations Orientales / Pluralité des Langues et des Identités : Didactique, Acquisition, Médiations (PLIDAM)

PARTENAIRES :

