



17^{ème} congrès de la Société française des sciences de l'information et de la communication
Dijon, 23 - 26 juin 2010

Au cœur et aux lisières des SIC

Les congrès de la SFSIC constituent un rendez-vous important pour notre communauté scientifique. Celle-ci se retrouve pour échanger, notamment autour des nouveaux terrains d'analyse, des pratiques émergentes et des concepts qui permettent de les appréhender. C'est aussi l'occasion de s'interroger sur notre discipline, nos métiers et l'évolution des cursus universitaires dans un environnement institutionnel en profonde mutation et dans un contexte international compétitif. Après Compiègne, la SFSIC vous invite à son prochain congrès qui se tiendra à l'Université de Bourgogne à Dijon, du 23 au 26 juin 2010. Le présent appel à communication veut ouvrir largement la discussion scientifique autour des thématiques explicitées ci-dessous.

Problématique

Les Sciences de l'Information et de la communication se caractérisent aujourd'hui par une variété d'approches et d'objets qui proposent *un point de vue* spécifique sur la nature et la signification des formes de la communication humaine, médiées ou non par des dispositifs techniques. La multiplication des nouveaux objets (techniques), l'émergence de nouvelles préoccupations sociales (le développement durable, la responsabilité sociale de l'entreprise etc.), le développement de nouvelles pratiques et la coopération contractuelle interdisciplinaire notamment, ont profondément modifié et étendu le panorama des objets scientifiques sur lesquels travaillent aujourd'hui les chercheurs. Si nos « cœurs de métier » restent aisément identifiables, les lisières de la discipline sont en effervescence et revisitent nombre de concepts avec ces pratiques émergentes : que deviennent ainsi les concepts d'espace public, de médiation, de publicisation, d'interaction, de média, d'acteur, d'auteur, de genre etc. dans un environnement qui dénature les pratiques et interroge leur pertinence ?

Pour aborder ces nouveaux objets de recherche, nombreux sont ceux qui puisent, tant sur un plan méthodologique que théorique, dans d'autres disciplines : le recours à l'ethnométhodologie, aux analyses quantitatives, à l'analyse conversationnelle, etc. ont ainsi notamment récemment émergé des travaux doctoraux. En quoi s'avèrent-ils pertinents pour répondre à nos nouvelles problématiques ? Permettent-ils de faire évoluer nos concepts ? Leur importation est-elle véritablement nécessaire pour la discipline et/ou participent-ils de la construction d'un vocabulaire commun avec d'autres disciplines, aux lisières de la nôtre ?

Inversement, les SIC exportent leurs problématiques à travers des coopérations pluridisciplinaires, participent à la définition de nouveaux objets de recherche et apportent un éclairage complémentaire sur l'analyse des situations de communication. Elles invitent par exemple, à aller chercher, au-delà des logiques d'acteurs, dans les plis des médiations, l'ancrage social des agencements techniques, et déploient des méthodologies d'analyse de construction du sens. Quelles sont les trajectoires de ces concepts ? Quelles sont les difficultés épistémologiques et disciplinaires

rencontrées par les chercheurs ? Quelle est la pertinence de ces concepts hors de notre sphère disciplinaire ? Comment les résultats de nos travaux sont-ils repris et valorisés ailleurs ?

Enfin, cette interrogation en termes de cœur et de lisières s'intéresse également à l'évolution des métiers de la communication. L'extension des enseignements en SIC dans pratiquement tous les secteurs professionnels constitue un défi pour notre communauté qui doit faire face au double écueil de l'instrumentalisation et de la technicisation. Comment les métiers se redessinent-ils à mesure que les publics et les audiences évoluent, se repensent ? Quel rôle et quel apport des SIC dans l'analyse des compétences et des situations professionnelles, dans la constitution des répertoires de métiers et leur usage dans l'entreprise ?

Le cœur et les lisières entretiennent un rapport de complémentarité, de synergie, de concurrence, voire de tensions, rapport sujet à des évolutions. Le congrès cherchera donc à mettre en évidence la diversité des SIC, les mutations de la discipline tout en pointant les décentrages, les thèmes et les méthodologies qui restent aux lisières. Du centre aux lisières se joue ainsi une dynamique constitutive d'une discipline vivace et ouverte que les communications auront à cœur d'illustrer.

7 axes principaux

Les propositions de communications chercheront à se rattacher à l'un au moins des axes suivants :

1. Professionnalisation, variété des compétences en SIC : comment les métiers de la communication se (re)structurent : on pourra s'intéresser notamment aux formations, à l'organisation productive, aux pratiques professionnelles (publicitaires, journalistiques, documentaires, collaboratifs etc.), aux conceptions et approches de l'audience et des publics, aux mutations des formes de l'information et de la communication professionnelle et des identités professionnelles.
2. SIC et sociétés : comment les SIC appréhendent les grandes problématiques sociétales telles que le développement durable, les nouvelles formes de gouvernance, le genre, les Risques (risques technologiques, majeurs, sanitaires, alimentaires etc.), les nouvelles formes de partage des savoirs, les communautés virtuelles, les réseaux sociaux, la communication scientifique etc.
3. Mutation médiatiques : comment penser la réorganisation des médias, des productions, des pratiques de consommation, des audiences et des usages à l'heure du plurimédia et de la « convergence numérique ». La diversification des médias et l'hybridation des dispositifs : comment repenser le jeu, les pratiques d'écriture, artistiques et politiques du fait de l'évolution des formes et des formats, quels sont leur place dans le paysage médiatique ?
4. Organisations et communication : les mutations de la firme se traduisent-elles par une évolution des formes de la communication interne et externe ? La valorisation des intangibles par la communication de marque, la responsabilité sociale de l'entreprise, la mobilisation des usagers dans le processus d'innovation, le développement du travail collaboratif et par projet, les dispositifs d'échanges, de partage de mémoire et d'archivage etc. constituent autant d'objets de recherche qui méritent un investissement des SIC.
5. Culture et médiation culturelle : l'élargissement du domaine de la culture à d'autres domaines et à de nouveaux médias, l'évolution des musées et la recherche d'élargissement à de nouveaux publics pose aujourd'hui de nouvelles questions de recherche notamment sur la valorisation du patrimoine, la prise en compte de la diversité culturelle, le rapport aux sens et au sensible, le développement des industries créatives, le multilinguisme, les formes de la communication muséale etc. Comment les SIC appréhendent-ils ces objets ?
6. Education et apprentissage : les nouveaux supports et dispositifs de communication interrogent les formes et les pratiques d'enseignement. Quels sont leurs apports et leurs limites ? Quelle forme d'enseignement et quels paradigmes proposent-ils ? On pourra par

exemple revenir sur la formation à distance, les TICE, les pratiques informationnelles collaboratives, etc.

7. SIC et pratiques de la recherche : les questions épistémologiques, méthodologiques propres à la discipline, à ses relations avec d'autres disciplines seront également les bienvenues. On pourra également s'interroger sur les pratiques et l'identité de la communauté des chercheurs, l'évolution des formes de la communication et de la vulgarisation des SIC, ses relations avec le grand public et les acteurs de la société civile, les formes de la recherche contemporaine et sa valorisation.

Modalités de proposition de communication

Les auteurs sont priés d'envoyer un abstract en caractères 11 minimum et interligne simple, de **8000 signes environ au total, espaces compris**, assorti d'un **titre** et de **3 à 5 mots-clefs**. Dans des paragraphes nettement distingués, l'auteur exposera clairement sa problématique, son objet, sa ou ses méthodologies de recherche et le plan de sa communication.

Date limite d'envoi des propositions, 15 octobre à minuit.

Ces propositions seront expertisées en double aveugle par le comité scientifique. Dans un deuxième temps, le comité sera également invité à se prononcer sur la conformité des textes définitifs et des propositions acceptées.

Nous vous invitons à accorder la plus grande attention aux modalités décrites ci-dessous. Seules les propositions qui respectent scrupuleusement cette procédure pourront être prises en compte.

IMPORTANT.

Pour permettre l'expertise en double aveugle, **le texte de la proposition sera anonyme**. Adressé exclusivement par voie électronique, **en fichier attaché au format RTF**, concomitamment aux adresses suivantes : congres2010@sfsic.org, secretariat@sfsic.org

Aucun autre mode de soumission ne pourra pas être pris en compte.

Dans le corps du message électronique accompagnant cet envoi, les auteurs indiquent leur nom, prénom, appartenance institutionnelle et le titre de leur communication.

Ils confirment expressément l'adresse mail unique à laquelle leur seront expédiées toutes les communications relatives au Congrès.

Un accusé de réception des propositions sera adressé par voie électronique aux auteurs.

Les notifications d'acceptation seront adressées aux auteurs à partir du 30 novembre 2009, ainsi que les normes éditoriales à suivre et les modalités de remise des textes définitifs, remise prévue à la date du 10 mars 2010.

Planning et procédure

20 juillet	lancement de l'appel à communication
15 octobre	Dépôt des propositions
30 novembre	Notification d'acceptation
10 mars	remise du texte définitif (20000 signes maximum)

Pour tout renseignement complémentaire, merci de vous adresser au secrétariat de la SFSIC : secretariat@sfsic.org .

Les inscriptions au congrès seront ouvertes à partir du 10 décembre sur le site de la SFSIC, www.sfsic.org.