

Workshop « Methods for analyzing organizational discourse »

Atelier « Méthodes d'analyse des discours organisationnels »

Mardi 14 mai 2013

8h30-17h30

Département de communication

Pavillon Desmarais

55, Laurier Avenue East

Ottawa, ON, K1N 6N5

Canada

This workshop seeks to bring together researchers and students to discuss and review different methods to analyze organizational discourse. The methods reviewed will be: interaction analysis, semiotic analysis and narrative analysis. This bilingual interactive workshop will provide much opportunity for discussion and exchange between participants.

Cette journée d'étude réunira des chercheurs et étudiants pour discuter de différentes méthodes d'analyse des discours organisationnels. Les méthodes présentées seront : l'analyse des interactions, l'analyse sémiotique et l'analyse narrative. Cette journée d'étude bilingue est conçue pour donner une large place à la discussion et aux échanges.

Intervenants/Speakers

- **Atelier / workshop #1:** L'analyse des interactions: comment s'y prendre ? / Interaction analysis: How to do it?
Animé par / conducted by: François Cooren (Département de communication, Université de Montréal)

In this workshop, François Cooren will present some key concepts and principles that are useful when analyzing interactions. Inspired by the work of Erving Goffman, Harvey Sacks, Harold Garfinkel, William Labov, Norman Fairclough and many other discourse analysts, he will show how to study interactions by inviting participants to analyze video excerpts taken from his own research. The objective of this workshop will be above all to demystify this type of analysis by

encouraging researchers and students to adopt an eclectic and non-dogmatic approach to the analysis of interactions. To do this, many crossing points will be explored, while showing what this type of analysis can contribute to fields of study such as organizational communication and the study of management in general.

Dans cet atelier, François Cooren présentera certaines notions et principes fondamentaux de l'analyse d'interactions. S'inspirant des travaux de Erving Goffman, Harvey Sacks, Harold Garfinkel, William Labov, Norman Fairclough et bien d'autres, il montrera comment s'attaquer à ce type d'analyse en invitant les participants à étudier des extraits vidéos tirés de ses propres recherches. L'objectif de cet atelier sera, avant tout, de démystifier ce type d'analyses en encourageant les chercheurs et étudiants à adopter une approche *éclectique* et surtout *non dogmatique* des études interactionnelles. Pour ce faire, de nombreux points de passage seront explorés afin de décloisonner ce type d'approches et de les faire dialoguer avec d'autres champs comme la communication organisationnelle ou l'étude du management en général.

- **Atelier / workshop #2:** How to do marketing analysis with signs? A semiotic approach to the study of advertisements and their audiences / Comment faire une analyse marketing avec des signes ? Une approche sémiotique de l'étude des publicités et de leurs publics.
Animé par / conducted by: Fernando Andacht (Département de communication, Université d'Ottawa)

In this workshop, Fernando Andacht will introduce some fundamental concepts of semiotic theory applied to the study of marketing research techniques such as focus groups and to the immanent analysis of advertisements. Based on the writings of Charles Sanders Peirce, the founder of the triadic semiotic model and on the work of scholars who belong to the logical theory of semiotic (Ransdell, Liszka, Shapiro), he will show concrete illustrations of the relevance of this formal approach to the realm of publicity and of audience studies, which is often used by marketing research. From the theoretical viewpoint, the workshop will attempt to demonstrate the epistemological kinship between Peircean semiotic and French semiology (Barthes), micro-sociology (Goffman), and the humanities (Spitzer, Panofsky, Auerbach). The aim of such an interdisciplinary dialogue is to throw light on the analytical possibilities of the semiotic approach to signification. Peirce's semiotic model accounts for the generation of meaning in three different modes, for example, iconic, indexical and symbolic. What is epistemologically distinctive of this model is that the action of signs is construed as an autonomous process which is neither objective nor subjective.

Dans cet atelier, Fernando Andacht présentera quelques concepts fondamentaux de la théorie sémiotique appliquée à l'étude des techniques de recherche marketing tels que les groupes de discussion et l'analyse de publicités. À partir des écrits de Charles Sanders Peirce, le fondateur du modèle sémiotique triadique et des travaux de chercheurs qui appartiennent à la théorie logique de la sémiotique (Ransdell, Liszka, Shapiro), il illustrera la pertinence de cette approche

formelle en l'appliquant au domaine de la publicité et des études d'audience, ce qui est souvent utilisé par la recherche en marketing. Du point de vue théorique, l'atelier tentera de démontrer la parenté épistémologique entre la sémiotique peircienne, la sémiologie française (Barthes), la micro-sociologie (Goffman) et les sciences humaines (Spitzer, Panofsky, Auerbach). Le but d'un tel dialogue interdisciplinaire est de souligner les possibilités d'analyse de l'approche sémiotique de la signification. Le modèle sémiotique rend compte de la génération de sens dans trois modalités, par exemple, iconique, indicielle et symbolique. Ce qui est épistémologiquement distinctif du modèle est que l'action des signes est considérée comme un processus autonome lequel n'est ni objectif, ni subjectif.

- **Atelier / workshop #3:** L'analyse narrative, un outil pour saisir le sens de l'agir / Narrative Analysis as a device to unpack the meaning of action
Animé par / conducted by: Daniel Robichaud & Joelle Basque (Département de communication, université de Montréal)

The workshop will present basic assumptions of narrative analysis that are common to authors as varied as Walter Fisher, Jerome Bruner, Paul Ricoeur and Algirdas Greimas. Using illustrations from the presenters' work, the workshop will also show how the notion of narrative drawn from that body of work can be useful for the analysis of interview or conversation data, especially in research geared toward the study of sensemaking processes.

Cet atelier exposera les participants aux principaux postulats de départ de l'analyse narrative en insistant sur les intuitions communes d'auteurs aussi variés que Walter Fisher, Jérôme Bruner, Paul Ricoeur et Algirdas Greimas. À partir d'exemples tirés des recherches des animateurs, l'atelier montrera ensuite comment une certaine généralisation de la notion de narration peut être mise en œuvre dans l'analyse de données issues de conversations ou d'entrevues, tout particulièrement dans les recherches dont la problématisation convoque la question de la construction du sens.

Déroulement de la journée / Schedule

8h30 Accueil des participants/Welcome

9h00 – 10h00 : Atelier / workshop #1

Pause

10h30 - 11h30 : Atelier / workshop #1

Lunch

13h00 - 15h00 : Atelier / workshop #2

Pause

15h30 - 17h30 : Atelier / workshop #3

Organisation et contact :

Sylvie Grosjean (Département de communication, Université d'Ottawa)

E-mail : sylvie.grosjean@uottawa.ca