

Appel à communications

JEUX ET ENJEUX DE LA CATÉGORISATION : ENTRE DÉNOMINATION, DISCOURS SOCIAL ET DÉVELOPPEMENT

**1^{ère} édition du
Colloque du Département des Sciences du Langage et de
la Communication de l'Université Alassane Ouattara,
Bouaké, République de Côte d'Ivoire**

10, 11 et 12 avril 2019

Date limite : 15 novembre 2018

Argumentaire

Perçue comme une activité cognitive de représentation, la catégorisation a depuis longtemps focalisé les travaux de psychologues, sociologues, linguistes, philosophes, etc. Des catégories naturelles aux catégories sociales en passant par les catégories commerciales et professionnelles, la représentation repose sur une dynamique de mise en groupe des entités. Ces groupes se lient et se délient au gré des pratiques dénominationnelles et discursives.

Cette représentation se situe au cœur de la représentation du monde, d'autrui, de l'Être et de la société. Qu'elle soit sociale ou linguistique, elle reste anthropologique. Divers contextes favorisent son émergence et elle est fortement d'actualité du fait de certains termes qui la mettent en saillance : l'immigration, le terrorisme, l'homosexualité, le racisme, etc.

Plusieurs variables contribuent directement ou indirectement à l'émergence des catégories. Entre autres, la migration transfrontalière qui, depuis des temps immémoriaux, a habitué les peuples à vivre ensemble, avec l'autre venu d'ailleurs. L'intégration de cet autre ne s'est pas faite et ne se fait pas aujourd'hui encore, sans laisser dans la société d'accueil des traces d'une catégorisation marquée socialement et linguistiquement. C'est le cas en Afrique de manière générale et en Côte d'Ivoire particulièrement, dans les langues endogènes, où la dénomination, voire le « baptême nominal ou anthroponymique » est un facteur d'intégration.

Dans le contexte actuel de mondialisation économique que veut rejoindre ou rattraper une « mondialisation humaine » avec l'immigration transcontinentale massive, l'on observe la résurgence de concepts contemporains, tels qu' « immigrés politiques », « immigrés économiques », migrants, etc. L'on observe également, face aux crises armées, des déplacements de populations vers les pays limitrophes, des réfugiés, des déplacés de guerre,

etc., qui forment une micro population, dont la prise en compte constitue un défi aux enjeux essentiels et existentiels pour les Etats.

Les domaines d'activités humaines sont également des microcosmes fortement adossés à la catégorisation des acteurs et des produits manufacturés. Ainsi, les ressources humaines sont catégorisées au travail, de même que les tâches et la rémunération. L'on parle de plus en plus d'égalité de sexe et des voix s'élèvent pour clamer « à diplôme égal, salaire égal ; à travail égal, salaire égal ».

Du côté du marketing, les prix de vente reposent parfois sur les grades des produits et le label « made in » détermine les choix. Des modèles de conditionnement aux couleurs des emballages, la catégorisation répond à un objectif commercial.

La mise à l'honneur des concepts catégorisant est fortement appuyée par l'activité des médias et des réseaux d'information. Ainsi, le rôle de la communication est indéniable dans les jeux de la catégorisation et ses enjeux sont à examiner, par la mise en exergue de ses paradigmes et de ses ressorts.

Afin de contribuer aux réflexions sur la perception et la représentation du monde en général et d'autrui ou de l'Être en particulier, la première édition du colloque DSLC de l'Université Alassane Ouattara se fixe comme objectifs de mettre en lumière les processus linguistiques et communicationnels qui sous-tendent la catégorisation à travers la dénomination et les pratiques discursives. Elle devrait explorer les répercussions de la catégorisation sociale, lesquelles pourraient s'appréhender à plusieurs niveaux. Entre autres, la catégorisation linguistique de la société en sociétés, le discours catégorisant des sociétés sur elles-mêmes, l'impact des concepts contemporains-cités plus haut- sur les peuples d'accueil et les populations accueillies. Les paradigmes et les ressorts de la communication autour des catégories naturellement ou artificiellement créées. La catégorisation des compétences et son incidence sur le rendement. La catégorisation des produits, l'usage des couleurs dans cette catégorisation. En d'autres mots, quels sont les jeux et les enjeux de la catégorisation ?

Les communications s'inscriront dans les axes suivants :

- Société, catégorie et intégration ;
- Représentation, dénomination prototypique et stéréotypique ;
- Discours catégorisant, catégories discursives ;
- Médias, réseaux sociaux et catégorisation sociale ;
- Catégories sociales, socio-professionnelles et développement ;
- Catégories, couleurs et fidélisation.

Conditions de soumission

Les propositions de résumé des communications (environ 500 mots et 5 mots clés) sont à envoyer à dianeambemou@yahoo.fr et jbatse@yahoo.fr avant le **15 novembre 2018**.

Indiquer les références suivantes :

- Titre et résumé
- Cinq mots clés
- Nom de l'auteur (ou des auteurs) dans l'ordre Prénoms, Nom.
- Institution d'appartenance (université, faculté, unité de formation et de recherche, centre ou laboratoire de recherche, etc.)
- Adresse électronique

La langue de communication est le français.

Lieu du colloque : Université Alassane Ouattara, Bouaké, République de Côte d'Ivoire.

Souscription

Les frais de participation :

- Étudiants : 15 000 F CFA (23 €)

- Enseignants-Chercheurs et Chercheurs : 30 000 FCFA (46 €)

Les frais de déplacement jusqu'à Bouaké et d'hébergement sont à la charge des participants.

Les pauses café et la restauration reviennent à l'organisation du colloque.

Calendrier

15 novembre 2018 : Délai de soumission des résumés de communication

15 décembre 2018 : Notification d'acceptation

31 janvier 2019 : Diffusion du programme provisoire du colloque

10 au 12 avril 2019 : Date du colloque

Comité scientifique

Prof Camille Roger Abolou (Université Alassane Ouattara), Prof Augustin Anassé Anassé (Université Alassane Ouattara), Prof Henry Bah (Université Alassane Ouattara), Prof Alain Kiyindou (Université Bordeaux-Montaigne, Chaire Unesco Pratiques émergentes en technologies et communication pour le développement), Prof Fabien Liénard (Université du Havre), Prof Léa Marie Laurence N'Goran Poamé (Université Alassane Ouattara), Prof Jérémie Kouadio N'Guessan (Université Félix Houphouët Boigny), Prof Lazare Poamé (Chaire Unesco de bioéthique ; Université Alassane Ouattara), Dr Théodore Kossonou, MCU (Université Félix Houphouët Boigny), Dr Abia Alain Laurent Aboa, MCU (Université Félix Houphouët Boigny), Dr Yapo Joseph Bogny, MCU (Université Félix Houphouët Boigny), Dr Sassongo Jacques Silué, MCU (Université Félix Houphouët Boigny), Dr Alain Christian Bassene, MCU (Université Cheick Anta Diop), Dr M'Backé Diagne, MR (Université Cheick Anta Diop).

Comité d'organisation

Dr Ambemou Oscar Diané, MCU (Université Alassane Ouattara) Oumarou Boukary, MCU (Université Alassane Ouattara), , Dr Dja André Ouréga Junior Gokra, MCU (Université Alassane Ouattara), Dr Kouakou Kouamé, MCU (Université Alassane Ouattara), Dr Aka Niamkey, MCU (Université Alassane Ouattara), Dr Jean-Claude Oulai, MCU (Université Alassane Ouattara), Dr Gilbert Toppé, MCU, (Université Alassane Ouattara), Dr Jean Hervé Wobé, MCU (Université Alassane Ouattara), Dr N'Cho Jean-Baptiste Atsé (Université Alassane Ouattara), Dr Guy Kaul (Université Alassane Ouattara), Dr Aboa François Yangra (Université Alassane Ouattara), Dr Joachim N'Dré (Université Alassane Ouattara), Dr Koukoua Etienne N'Gatta (Université Alassane Ouattara), Dr Mathieu Koffi (Université Alassane Ouattara), Dr Bi Tié Benjamin Irié (Université Alassane Ouattara), Dr Djakaridja Koné (Université Alassane Ouattara), Dr Bi Kahou Djè (Université Alassane Ouattara), Dr Blama Dagnogo (Université Alassane Ouattara), Dr Folou Amon (Université Alassane Ouattara), Dr Messou Sylviana Brou (Université Alassane Ouattara), Dr Anonkpo Julien Adjué (Université Alassane Ouattara).

Bibliographie

Boulocher-Passet V., Ruaud S., (Sous la Direction de), 2016, *La couleur au cœur de la stratégie marketing*, De boeck supérieur.

Georges Daniel Véronique, 2012, « Catégorisation sociale et pratiques langagières : les analyses psychosociologiques de Paul Wald », *Langage et société*, n° 142, p. 11-22.

Ingarao Aurore, 2018, « La théorie de la catégorisation : un concept de psychologie cognitive en marketing », Université de Tours, <https://www.researchgate.net/publication/266407012>.

Koren Roselyne, 2016, « Introduction », *Argumentation et Analyse du Discours* [En ligne], 17 | 2016, mis en ligne le 15 octobre 2016, Consulté le 11 décembre 2016. URL : <http://aad.revues.org>.

Martiniello Marco et Patrick Simon, 2005, « Les enjeux de la catégorisation », *Revue européenne des migrations internationales* [En ligne], vol. 21 - n°2, mis en ligne le 01 octobre 2008, consulté le 30 septembre 2016. URL : <http://remi.revues.org>.

Rosch Eleanor, 1978, Principles of Categorization, commonweb.unifr.ch.

Rosch E. (1973), « Cognitive Reference Points », *Cognitive Psychology*, 7, 532-547.

Rosch E. et Mervis C., 1975, « Family Resemblances : Studies in the Internal Structure of Categories », *Cognitive Psychology*, 7, 573-605.

Salès-Wuillemin, E., 2007, *Catégorisation et représentations sociales*, in : M., Bromberg et A. Trognon (Eds.) *Cours de psychologie sociale 2*, (pp. 7-32). Presses Universitaires de France.

Salès-Wuillemin, E., 2006, *La catégorisation et les stéréotypes en psychologie sociale*, Paris : Dunod (Collection Psycho Sup).

Salès-Wuillemin, E., 2005, *Psychologie Sociale expérimentale de l'usage du langage. Représentations sociales, Catégorisation et attitudes : perspectives nouvelles*, Paris : L'Harmattan, collection Figures de l'interaction.

Salhi Maroua, 2016, *Impact des discriminations sur le stress au travail : une mesure du rôle de la valorisation organisationnelle*. Gestion et management. Université Grenoble Alpes.