



HAL
open science

**Analyse des interactions entre les éléments du dispositif
formé par le réseau social d'entreprise : apport de
l'étude du discours promotionnel des éditeurs de logiciel
dans une table ronde.**

Hélène Piment

► **To cite this version:**

Hélène Piment. Analyse des interactions entre les éléments du dispositif formé par le réseau social d'entreprise : apport de l'étude du discours promotionnel des éditeurs de logiciel dans une table ronde.. Journées Doctorales SFSIC 2015, SFSIC, May 2015, Lille, France. pp.83-92. hal-01445766

HAL Id: hal-01445766

<https://hal.science/hal-01445766>

Submitted on 25 Mar 2017

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



ACTES
DES JOURNÉES
DOCTORALES
DE LA SFSIC
2015

Coordonnés par
Dominique Carré et Françoise Paquienséguy



COMITÉ SCIENTIFIQUE

Carré Dominique, LabSic, Université Paris13 - Présidence du comité
Bernard Françoise, IRSIC, Université Aix-Marseille
Catellani Andrea, LASCO, Université catholique de Louvain
Collet Laurent, I3M, Université de Toulon
De Iulio Simona, Geriico, Université Lille 3
El Hadi Widad Mustafa, Geriico, Université Lille 3
Fleury Béatrice, Crem, Université de Lorraine
Gellereau Michèle, Geriico, Université Lille 3
Gino Gramaccia, Mica, Université Bordeaux 1
Helbo- André, ReSic, Université libre de Bruxelles
Heller Thomas, Geriico, Université Lille 3
Kiyindou Alain, Mica, Université Bordeaux 3
Lallich-Boidin, Elico, Université de Lyon 1
Lebtahi Yannick, Geriico, Université Lille 3
Le Moëne Christian, PREFics, Université Rennes 2
Maas Elise, PREFics, Université, Rennes 2
Matuszak Céline, Geriico, Université Lille 3
Melon Marc-Emmanuel, Université de Liège
Miège Bernard, Gresec, Université Stendhal - Grenoble 3
Noyer Jacques, Geriico, Université de Lille 3
Paquiénéguy Françoise, Elico, SciencesPo Lyon
Patriarche Geoffroy, PReCoM, Université Saint-Louis à Bruxelles
Pélissier Nicolas, i3M, Université Nice Sophia Antipolis
Perriault Jacques, ISCC, Université Paris 10 - Nanterre
Thiault Florence, Geriico, Université Lille 3
Vidal Geneviève, LabSic, Université Paris 13

© SFSIC - Juillet 2015
Mis en page par Sidonie Gallot

Les contenus relèvent de la responsabilité des auteurs

ACTES
DES JOURNÉES
DOCTORALES
DE LA SFSIC
2015

Coordonnés par
Dominique Carré et Françoise Paquienséguy





Journées Doctorales SFSIC 2015

Université Lille Nord de France
21 & 22 mai 2015

XI^e édition

Laboratoire Gériico
Groupe d'Études et de Recherche Interdisciplinaire en Information et Communication -
EA 4073

gériico

En partenariat avec l'EDSIC (école doctorale belge en SIC)



Analyse des interactions entre les éléments du dispositif formé par le réseau social d'entreprise : apport de l'étude du discours promotionnel des éditeurs de logiciel dans une table ronde

Hélène Piment

Laboratoire ELICO
Université Lumière Lyon 2
helene.piment@univ-lyon2.fr

Envisageant le réseau social d'entreprise comme un dispositif info-communicationnel, nous visons à saisir les différents discours qui le traversent. Nous considérons ici la faisabilité et l'intérêt d'une analyse du discours promotionnel des éditeurs de logiciel dans le contexte d'une table ronde animée par un journaliste, devant un public de professionnels de l'information. Ceci afin de compléter notre analyse des interfaces de la plateforme de réseau social, et d'enrichir notre analyse du discours des salariés et de celui des promoteurs externes à l'organisation.

Réseau social d'entreprise, dispositif info-communicationnel, méthodologie, entretien collectif

Analysis of the interactions between the elements of the apparatus formed by the enterprise social network: contribution of the study of the promotional discourse of software vendors in a round table

Considering the enterprise social network as an info-communicational apparatus, we aim to capture the different discourses that cross it. We consider here the feasibility and the interest to analyse the promotional discourse of software vendors in the context of a round table moderated by a journalist, in front of an audience of information professionals. This in order to complete our analysis of interfaces from the social network platform, and to improve our analyse of the employees' discourse, and of the one of promoters which are external to the organization.

Enterprise social network, info-communicational apparatus, methodology, group interview



Initialement organisés autour des documents à centraliser, partager et gérer, les outils de travail collaboratif dans les organisations tendent désormais, depuis la fin des années 2000¹, à mettre l'accent sur l'individu, qui se trouve ainsi positionné au cœur du système informationnel. Les éditeurs de ces outils, en France, les nomment « réseaux sociaux d'entreprise » ou RSE. Ce faisant, ils font écho aux réseaux socionumériques publics, nommés dans le langage courant « réseaux sociaux ». Le RSE serait donc un réseau socionumérique privé, utilisé dans le monde du travail, par des salariés, au sein d'une organisation. La particularité du RSE, outre qu'il s'agit d'un nouvel outil technique de communication, est qu'il semble être porteur de contradictions, voire de paradoxes, qui permettent d'appréhender des phénomènes informationnels et communicationnels au travail sous un nouvel angle de vue. Constitué d'acteurs, de techniques et d'objets matériels en interaction permanente, installés dans un contexte défini, il vise à produire des actions et met en œuvre des processus d'information et de communication. En ce sens, nous l'entendons comme un dispositif info-communicationnel (Couzinet, 2009). Dans ce cadre, étudier les RSE implique de « s'interroger sur leur nature et leur fonctionnement, sur la manière dont ils atteignent les objectifs qui leur ont été assignés », de « questionner les raisons de leur efficacité et de leurs échecs » (Couzinet, 2009 : 21). Adoptant dans notre travail de recherche une position critique du modèle managérial, nous cherchons en particulier à vérifier dans quelle mesure les RSE peuvent devenir des outils de documentation (Frayssé, 2011) des salariés et de gestionnarisation (Robert, 2014), plutôt que de communication.

Pour rendre compte des phénomènes dont le RSE est révélateur et afin de comprendre l'ensemble des interactions qui ont cours entre les différents éléments qui le composent, nous l'examinons à travers ses énoncés et sa concrétisation sémiotique (Monnoyer-Smith, 2013). Nous avons distingué les acteurs suivants dans le dispositif RSE : les concepteurs de l'outil, ses promoteurs externes à l'organisation, ses promoteurs internes, ses

¹ Les premières publications en France par des praticiens faisant état de mises en œuvre concrètes de RSE datent de 2009 (cabinet de conseil *Lecko*) et 2010 (société d'ingénierie et de conseil *Smile*).

gestionnaires, ainsi que ses utilisateurs, les salariés de l'organisation. Chacun d'entre eux est susceptible de produire des discours, qui peuvent être saisis sur différents terrains. La majorité de ceux que nous présentons ci-après proviennent du cas d'étude de notre thèse, le RSE d'une organisation qui a répondu favorablement à notre sollicitation. Nous le nommerons par la suite le cas Agence.

Pour obtenir le discours des salariés et des promoteurs internes du cas Agence, nous avons utilisé la méthode de l'entretien individuel, qui nous semble la plus adaptée étant donnés les objectifs que nous venons d'énoncer (Blanchet, Gotman, 2001). Nous avons également recueilli les articles publiés en ligne par des consultants en gestion managériale, informationnelle ou informatique, au moment de la mise en œuvre du dispositif du cas Agence. Nous les avons sélectionnés et analysés suivant la méthode exposée dans l'ouvrage *Le nouvel esprit du capitalisme*, qui traite de discours promoteurs de consultants en gestion managériale (Boltanski, Chiapello, 1999). Afin d'étudier le discours des concepteurs et des gestionnaires du RSE du cas Agence, nous avons analysé trois séries d'interfaces de réseaux sociaux numériques, dont une issue du cas Agence, en nous appuyant sur des approches sémiologiques du web (Bonaccorsi, 2013). Enfin, pour compléter ces analyses nous avons cherché à connaître l'image du RSE que les éditeurs de logiciel souhaitent transmettre lorsqu'ils sont face à un auditoire composé de potentiels clients. A cette fin, nous avons organisé le captage audiovisuel d'une table ronde, constituée de trois dirigeants, interviewés par un journaliste spécialisé, devant un public d'une centaine de professionnels de la gestion d'information (ADBS Lyon, 2014).

Nous visons à déterminer dans ces discours les représentations, les normes sociales, le cadre de référence et le modèle communicationnel qui sont liés au management, au travail, au RSE, ainsi qu'aux pratiques informationnelles, collaboratives et communicationnelles dans les organisations. Dans ce contexte, quelle méthode d'analyse pouvons-nous appliquer à cette table ronde, afin d'être en mesure de confronter ensuite l'ensemble de nos résultats ? Par ailleurs, qu'apporte cette analyse croisée à notre compréhension du dispositif info-communicationnel RSE ?

Pour répondre à ces questions, nous commencerons par détailler la méthodologie que nous avons employée pour appréhender les discours qui nous intéressent. Nous justifierons notre choix méthodologique pour analyser cette table ronde. Enfin, en nous appuyant sur des croisements de certains de nos résultats, nous discuterons de leur contribution à l'appréhension du dispositif que nous étudions.

Méthodologie d'appréhension du dispositif info-communicationnel RSE

Nous avons fondé les choix méthodologiques que nous détaillons ci-après sur la volonté de pouvoir comparer plusieurs discours, produits dans des conditions particulières, par des locuteurs distincts qui se trouvent dans des postures énonciatives différentes.

Nos entretiens avec les salariés du cas Agence ont été retranscrits et les articles des consultants sont des productions écrites. De ce fait, nous avons pu appliquer à ces deux corpus des grilles d'analyses similaires. Dans les articles, nous avons relevé la logique argumentaire employée par les consultants. Dans les entretiens, nous avons cherché l'éthique personnelle et la norme sociale des salariés. Nous avons également recherché, dans les deux corpus, les vocables utilisés pour désigner les actions accomplies par les utilisateurs dans le RSE, l'action d'ajout d'information par les utilisateurs dans le RSE, l'information figurant dans le RSE ainsi que la fonction du RSE.

Comment avons-nous pu rapprocher l'analyse sémiologique des interfaces de réseaux socionumériques de ces deux premières analyses, qui s'appuient sur des corpus textuels ? Nous avons utilisé, pour analyser les interfaces, les notions d'écrit d'écran et d'énonciation éditoriale conceptualisées par Souchier et Jeanneret (Souchier, 1996, 1998). C'est-à-dire que nous avons envisagé à la fois des caractéristiques matérielles, langagières et communicationnelles dans les éléments que nous avons observés dans les interfaces. En ce sens, nous avons considéré une interface en tant que cadre et surface, délimitant un *texte* entendu comme « un ensemble de signes dont la nature peut être hétérogène et qui est reconnu comme interprétable », lui conférant ainsi une cohérence et une lisibilité propre (Bonaccorsi, 2013 : 127). Nous avons observé la structuration des éléments dans l'espace, l'iconographie et les dénominations, pour dégager le modèle, l'univers convoqué par les signes observés (Bonaccorsi, 2013). Nous avons également cherché quelles étaient les différents instances d'énonciations intervenues dans la production du *texte*, quels étaient en particulier les énoncés de l'énonciation éditoriale, sachant que celle-ci conditionne la légitimité du « texte premier » et « ancre l'idéologie d'une époque et d'un milieu » (Souchier, 1998 : 145). Ainsi, outre que nous avons pu comparer les éléments strictement textuels des interfaces aux vocables issus à des corpus textuels, nous avons pu rapprocher le modèle, les univers convoqués et l'énonciation éditoriale des rhétoriques mises au jour dans l'examen des retranscriptions d'entretiens ainsi que des articles.

Notre analyse sémiologique des interfaces de réseaux socionumérique était destinée, en partie, à saisir les énoncés des éditeurs de logiciel. Cependant, nous n'avons pu, pour certains signes, distinguer clairement si l'énonciateur était le gestionnaire de la plateforme ou l'éditeur du logiciel sur lequel la

plateforme a été bâtie. Par ailleurs, la posture énonciative d'un éditeur dans le logiciel qu'il conçoit est différente de celle qu'il adopte lorsqu'il est en cours de prospection commerciale. Dans le premier cas, il s'adresse à un client, dans le second il interagit avec un prospect, qu'il s'efforce de convertir en client. Rapprocher ces deux discours d'un même locuteur dans deux postures différentes permet d'affiner la distinction d'une part entre éditeur et gestionnaire du RSE, et d'autre part entre discours de conception et discours de promotion. Enfin, notre analyse des discours promoteurs était fondée jusqu'alors sur ceux de consultants. Or, en tentant d'appréhender l'interaction de ces énoncés avec ceux des interfaces, nous avons décelé l'absence d'un élément situé entre ces deux discours : celui des éditeurs en position de promoteurs du RSE. Il nous a paru pouvoir faire le lien entre la posture externe du consultant et celle interne du gestionnaire, étant à la fois interne et externe au RSE. C'est pourquoi nous avons organisé un événement permettant de saisir le discours de promotion des éditeurs de logiciels RSE.

Ayant considéré les interfaces de réseaux socionumériques comme des textes, au même titre que les entretiens et les articles, comment pouvions-nous intégrer cette table ronde à nos corpus textuels déjà constitués ? La table ronde étant enregistrée, l'identification de chacun des interlocuteurs est facilitée, mais ce document audiovisuel contient surtout une richesse supplémentaire car les attitudes sont visibles, qui peuvent constituer des marques particulières d'accord ou de désaccord, de positionnement d'un interlocuteur par rapport aux autres. Du fait de la diversité potentielle du matériau ainsi constitué, il paraît complexe de tenter une analyse extensive des deux heures d'enregistrement. Par ailleurs, pour pouvoir appliquer nos premières grilles d'analyse sur les discours provenant de la table ronde, et ainsi opérer un rapprochement des résultats issus de quatre corpus différents, il nous était nécessaire de travailler sur un corpus textuel. Nous avons donc choisi de retranscrire la table ronde de la même manière que les entretiens avec les salariés du cas Agence, en ajoutant toutes les indications nécessaires à la prise en compte des interactions, c'est-à-dire les attitudes, les pauses silencieuses, les apartés, les paroles inaudibles, les interruptions, les prises de paroles concurrentes, suivant ainsi l'esprit des conventions proposées par Michael Billig (Billig, 1998 : 24 cité par Duchesne et Haegel, 2009 : 81). Ce qui implique « *de concentrer l'analyse systématique et méthodique sur le texte issu de la transcription des discussions, et de traiter le reste comme de l'information contextuelle et de l'illustration.* » (Duchesne et Haegel, 2009 : 78). Ce faisant, nous avons considéré que la situation de la table ronde était similaire à celle d'un entretien collectif, qui vise d'abord à recueillir du discours, étant une méthode qui prend en compte les interactions sociales, permettant « *à la fois l'analyse des significations partagées et du désaccord* » (Duchesne et Haegel, 2009 : 35),

« d'accéder au sens commun, aux modèles culturels et aux normes » (Duchesne et Haegel, 2009 : 36).

Quels éléments nous ont permis de rapprocher la situation de la table ronde que nous avons organisée de celle d'un entretien collectif ?

Analyser une table ronde comme un entretien collectif

Pour être défini comme tel, un entretien collectif doit être un entretien de recherche, c'est-à-dire un discours recueilli pour l'analyse, qui est provoqué par le chercheur. Le groupe doit être constitué de façon homogène, comme un groupe d'interconnaissance, sinon un groupe ayant une expérience ou une identité commune. La taille et le nombre des groupes ne suivent pas de règles établies, mais les entretiens collectifs sont rarement organisés seuls : soit le même groupe est réuni à plusieurs occasions, soit plusieurs groupes ayant des caractéristiques sociales distinctes sont réunis, afin de pouvoir contraster les résultats (Duchesne et Haegel, 2009).

Nous avons organisé cette table ronde, non pas en tant que chercheur *stricto sensu* mais en tant que représentante d'une association de professionnels de l'information, dont les travaux de recherche en cours portent sur le sujet. Notre intention était double : à la fois organiser un événement utile pour les adhérents de l'association que nous représentions, et pouvoir ainsi recueillir un nouveau matériau à analyser pour nos travaux actuels.

Nous avons bâti le guide d'entretien en collaboration avec le journaliste animateur. Les trois principaux participants ont connaissance de nos travaux et de notre objet de recherche. Le groupe constitué était plutôt homogène : les trois principaux participants sont chacun créateur d'un logiciel RSE, fondateur de la société qui l'édite, ils se connaissent et se fréquentent professionnellement. Ils ont été interviewés par un journaliste, qu'ils fréquentent également d'un point de vue professionnel, devant un public qu'ils ne connaissaient pas, que nous avons considéré comme un membre du groupe, mais dont le temps et les occasions de parole ont été plus réduits que ceux des autres participants.

Ainsi, les éditeurs, concurrents, interagissaient entre eux, avec le journaliste et avec le public. Ce groupe a été réuni une fois, nous n'avons pas cherché à constituer d'autres groupes pour contraster nos résultats d'analyse. Cette coprésence semi-publique des participants et ces échanges dynamisés par l'animateur, organisés en partie à des fins de recherche, nous ont paru être une situation suffisamment proche de celle d'un entretien collectif pour être pertinente dans le recueil du discours qui nous intéressait. La configuration que nous avons adoptée nous a également permis d'observer des acteurs dans une situation qui leur est relativement familière sans intervenir directement dans la production de leurs discours, la discussion étant menée par un intermédiaire, l'animateur de la table ronde.

Que nous a apporté cette analyse du discours promotionnel des éditeurs de logiciel, dans notre démarche de compréhension du dispositif info-communicationnel formé par un RSE ?

Étude du discours promotionnel des éditeurs en table ronde : une contribution à la compréhension du dispositif info-communicationnel RSE

En croisant les résultats de nos premières analyses avec ceux de notre analyse sémiologique des interfaces du cas Agence, nous avons pu constater qu'ils se rejoignaient sur un point : l'omniprésence du registre de la visibilité et des signes d'identité numérique dans le dispositif info-communicationnel formé par le RSE. Les salariés semblent être transformés, de façon plus ou moins contraignante, en experts de l'expression de soi. Car dans le cas Agence, l'analyse des interfaces a révélé que le RSE propose un modèle communicationnel qui encourage peu à l'élaboration et la diffusion de discours par ses utilisateurs, si ce n'est à propos d'eux-mêmes. Aucune action d'animation n'est permise dans ce dispositif, qui n'offre pas non plus de possibilité d'établir des liens interindividuels. Les salariés du cas Agence semblent par ailleurs être pris dans un paradoxe : une injonction à devenir experts de leur visibilité, dans des énoncés dont ils ne maîtrisent pas le cadre d'énonciation. Nous avons rapproché ce résultat du discours de certains salariés, qui était particulièrement marqué à propos de la fonction du RSE, vu comme un outil déshumanisé : nous avons relevé des expressions assez fortes pour décrire cette interposition du dispositif dans les interactions humaines, comme par exemple : « ça enlève de la relation humaine » ou « cette déshumanisation » (Piment, 2013 : 79). L'éditeur du logiciel du cas Agence étant l'un des trois participants, il nous a paru alors intéressant, sur ce point, de placer l'analyse du discours produit dans la table ronde à un niveau individuel, et non au niveau du groupe. Par ce biais, c'est dans le discours de l'un des deux autres éditeurs, que nous avons trouvé des éléments qui nous ont semblés devoir être pris en compte dans notre réflexion au sujet de l'identité numérique des salariés. Il affirme : « Le document, la personne, la conversation, se trouvent à un pied d'égalité dans l'outil » (ADBS Lyon, 2014 : 00:25:26) et « avec l'intégration, on peut capturer dans le flux d'autres choses que les gens » (ADBS Lyon, 2014 : 00:26:32). Cet exemple illustre ici l'apport qu'a constitué l'analyse de la table ronde au niveau de chaque individu du groupe. En effet, en croisant l'analyse des interfaces du RSE et du discours des salariés du cas Agence, nous penchions pour un lien fort entre la représentation que ceux-ci donnaient du RSE et les choix de paramétrage du gestionnaire de ce RSE en particulier, qui nous semblait être construit comme un obstacle à d'éventuelles relations interindividuelles. Cette intervention d'un éditeur, qui n'est pas celui du RSE du cas Agence, a relativisé notre première interprétation et affaibli la singularité du cas, cette impression de déshumanisation pouvant être plus largement liée

à la conception des logiciels de RSE, qui placeraient les êtres humains sur le même plan que les documents, et qui les « captureraient » parmi d'autres « choses ». Ces deux extraits illustrent également, à l'inverse, un renforcement de nos premiers résultats grâce à l'analyse de cette table ronde. En effet, nous avons relevé dans les discours de consultants une catégorie particulière de vocables pour qualifier l'information dans le RSE, celle de l'être humain. Cette catégorie a été confortée par l'analyse des écrans : pour les promoteurs externes comme pour le producteur et le gestionnaire de la plateforme RSE, le contenu est composé d'individus et de documents professionnels. Ce qui a donc été à nouveau confirmé par l'éditeur que nous avons cité, qui considère qu'il capture des gens dans son outil, entre autres contenus.

Ces propos auraient-ils été tenus en entretien individuel ? L'avantage que présente cette table ronde, comparativement à trois entretiens individuels, tient dans la dynamique créée par le groupe. Celle-ci « *va pousser certains à exprimer des points de vue qu'ils ne livreraient pas dans un autre contexte* » (Duchesne et Haegel, 2009 : 89), d'autant que dans notre cas, les principaux participants étaient clairement mis en compétition les uns avec les autres, étant donné le contexte dans lequel ils se trouvaient. Ils étaient particulièrement poussés à se différencier par leurs prises de position, qui étaient en interaction les unes avec les autres. Par ailleurs, l'analyse des postures du locuteur, notées avec la retranscription des propos, a mis en évidence une forme de rythme que chacun applique à son discours, qui nous a semblé à rapprocher des intonations ou des mises en exergue graphiques de textes écrits. Un moment de la discussion illustre bien cet apport : l'un des trois éditeurs reprend la parole après les deux autres sur une question particulière, et annonce qu'il va « apporter quelques rectifications » (ADBS Lyon, 2014 : 01:27:14) à ce qu'ont dit ses deux voisins. Il expose ses rectifications durant environ trois minutes, présentant une vision humaine du RSE, plaidant pour laisser aux utilisateurs la possibilité « qu'on les laisse tranquilles » (ADBS Lyon, 2014 : 01:30:05) et terminant par la proposition d'une forme d'éthique de l'éditeur quant aux effets sur les humains des logiciels qu'il développe. Son propos, qu'il marque par une pause de trois secondes, appelle immédiatement une réaction de la part de l'un des deux autres éditeurs, qui se voit dans l'obligation de développer une autre argumentation, permettant de justifier ses choix technologiques. Cette rhétorique en quelque sorte spontanée a été construite par le contexte de la table ronde, elle a dévoilé un positionnement qui aurait été plus difficile à obtenir dans une autre situation. Quelle est son argumentation ? Il commence par déplacer la responsabilité de la déshumanisation vers les organisations qui mettent en place le RSE, arguant qu'il ne fait que proposer des technologies, parmi lesquelles il est possible de choisir, diminuant l'effet de contrainte dramatique qu'avait

créé son contradicteur, en réintroduisant la notion de choix. Il continue par la preuve des chiffres : il annonce le nombre de clients qui utilisent son logiciel, puis la proportion, faible, qui ont choisi de ne pas utiliser la fonction, remise en cause par son contradicteur, qui permet d'automatiser la production d'une partie du profil des utilisateurs du RSE. Il termine par un argument d'efficacité managériale : le gain de temps procuré par cette fonction. Le journaliste enfin clôt le débat en sa faveur, misant sur une culture française qui expliquerait qu'il soit nécessaire de mettre en place cette fonction. Cet échange a montré une posture inhabituelle du premier locuteur, qui se place du côté d'un utilisateur du RSE, aussitôt repris par ses interlocuteurs, qui reviennent à une posture supposément plus en conformité avec un discours de management.

Conclusion

Notre analyse étant en cours, nous avons produit ici quelques exemples que nous avons présentés moins comme résultats partiels que comme illustration d'une part de la faisabilité du croisement des différentes méthodes que nous avons utilisées pour appréhender les discours traversant le dispositif info-communicationnel formé par le RSE, et d'autre part de l'intérêt que représente l'entretien collectif dans le recueil d'un discours visant à obtenir à la fois les modèles et les normes qui sont communes à certains groupes d'individus.

Bibliographie

- ADBS Lyon. (2014, 2 décembre). *RSE et gestion collaborative des connaissances : 3 éditeurs, 3 visions*. [Vidéo en ligne] Lyon, INSA Lyon. Repéré à <http://3e3vrse.tumblr.com/>
- Piment H. (2013). *Processus info-communicationnels dans le réseau social d'entreprise : une mutation de la communication ?* (Mémoire pour master 2 recherche). Université Lumière Lyon 2, Lyon.
- Billig M. (1998). *Talking of the Royal Family: second edition with new introduction*. Londres, Routledge.
- Blanchet A. & Gotman, A. (2001). *L'enquête et ses méthodes: l'entretien*. Paris, Nathan.
- Boltanski L. & Chiapello, È. (1999). *Le nouvel esprit du capitalisme*. Paris, Gallimard.
- Bonaccorsi J. (2013). Approches sémiologiques du web. *Manuel d'analyse du web en Sciences Humaines et Sociales*. Paris, Armand Colin. p. 125-146.
- Couzinet V. (2009). Introduction. Dispositifs info-communicationnels : contributions à une définition. *Dispositifs infocommunicationnels : questions de médiations documentaires*. Paris, Hermès science publications. p. 19-30.
- Duchesne S. & Haegel F. (2009). *L'entretien collectif*. Paris, Armand Colin.
- Frayse P. (2011). Document. *Approche de l'information-documentation. Concepts fondateurs*. Toulouse, Cépaduès Editions. p. 36-73.

Monnoyer-Smith L. (2013). Le web comme dispositif : comment appréhender le complexe ? *Manuel d'analyse du web en Sciences Humaines et Sociales*. Paris, Armand Colin. p. 12-31.

Robert P. (2014). Critique de la logique de la « gestionnarisation ». *Communication & Organisation*, Vol. 45, n°1, p. 209-222.

Souchier E. (1996). L'écrit d'écran, pratiques d'écriture & informatique. *Communication et langages*, n°107, p. 105-119.

Souchier E. (1998). L'image du texte : pour une théorie de l'énonciation éditoriale. *Les Cahiers de médiologie*, n°2, p. 137-145.