

# Doctorales

## *Approches Critiques des Médiations Marchandes*

27 MAI 2021, journée doctorale en ligne

### **Présentation de la journée**

---

L'objectif de cette journée est de proposer aux doctorant-e-s un cadre privilégié pour présenter et discuter leurs avancées de thèse, sous les regards expérimentés et bienveillants d'enseignants-chercheurs en Sciences de l'Information et de la Communication.

La journée, dans l'esprit d'un atelier, est plus particulièrement dédiée à la présentation des travaux croisant des problématiques et interrogations portant sur les médiations marchandes : logiques économiques et de gestion, logiques publicitaires et de mises en visibilité pour servir des intérêts privés, logiques de marque et de branding.

Ces questions, centrales dans certaines thèses dédiées aux médiations marchandes, émergent aussi de plus en plus dans des thèses dédiées à d'autres thématiques mais qui croisent des dynamiques marchandes. Il en est ainsi des thèses qui se confrontent par leurs objets aux logiques de marque, de plus en plus présentes dans de nombreux aspects de la vie sociale, politique et culturelle, ou encore des thèses portant sur les réseaux socio-numériques conduites à questionner les logiques d'audiences et de captations. Mais ceci n'est pas exhaustif.

Ceci peut entraîner des questionnements et difficultés spécifiques en termes théoriques, méthodologiques et, en amont, de posture.

- Comment mettre à distance discours et pratiques professionnelles dans sa recherche ?

- Comment aborder les aspects théoriques ? Peut-on mobiliser indifféremment des auteurs en sociologie, en anthropologie, gestion, analyses linguistiques, sémiotiques, etc., quand on est dans une perspective SIC ?
- Quel rapport entretenir à ses terrains et corpus ?
- Le « soupçon » de la finalité marchande quand il apparaît ne tend-il pas bien souvent à éluder certains pans de l'analyse ? Peut-on analyser sans dénoncer ni faire l'éloge ?
- Comment concilier approche critique et souci d'objectivation ?
- Comment adapter son regard à l'aspect infra-ordinaire des objets spécifiques des médiations marchandes ?

Les doctorales ACMM visent à poser ce type de questions et accueillir largement les doctorant-e-s en Sciences de l'Information et de la Communication souhaitant partager leurs travaux, interrogations et doutes, dans une logique d'intra-discipline pour dialoguer avec d'autres approches que celle de leurs laboratoires, au sein des SIC.

## Pour participer

---

Les doctorant-e-s souhaitant participer adresseront leur projet d'intervention en mentionnant dans un fichier word portant leur nom :

- l'intitulé de leur thèse,
- 5 mots clés qui la référenceraient
- le nom de leur directrice-directeur de thèse
- le nom de leur laboratoire de rattachement
- la date de leur inscription en thèse
- 10 à 20 lignes (500 à 1000 signes) sur leur thèse, leur angle d'approche et approche méthodologique
- une petite bibliographie de 5 à 20 noms

Format des interventions : 15 à 20 mn

Votre proposition est à adresser d'ici le **28 mars 2021** aux deux destinataires suivants :

Marie-Lise Buisson  
[buissonmarielise@gmail.com](mailto:buissonmarielise@gmail.com)

Jérémy Lucas  
[lucas.mail@gmail.com](mailto:lucas.mail@gmail.com)

Les acceptations de participation seront confirmées d'ici fin avril, après évaluation des propositions par le comité scientifique.

## Organisation

---

Cette journée est organisée par l'axe Médiations Marchandes du GRIPIC, Groupe de Recherches Interdisciplinaires sur les Processus d'Information et de Communication, Sorbonne-Université  
<http://www.gripic.fr/thematique-recherche/Médiations-marchandes>

Comité d'organisation :

Marine Buffard

Marie-Lise Buisson

Ines Garmon

Jeremy Lucas

Karine Berthelot-Guiet

Caroline Marti