

CR22 - Entreprise et société

Référente : Anne GILLET - anne.gillet@lecnam.net

Recherches et savoirs dans les entreprises

Les réflexions porteront sur la construction, la méthodologie, la diffusion des recherches dans les entreprises, interrogeront le rapport à la Société, en relation aux savoirs produits. Ces savoirs pourront aussi concerner des savoirs émergeant des coopérations entre disciplines, avec les acteurs d'entreprise. L'entreprise est aux prises avec les mutations du monde contemporain. Ce temps est favorable à la réactualisation des réflexions sur la recherche dans les entreprises et sur son rapport à la Société, posé par les sociologues à partir des années 1980. Les analyses se sont enrichies de recherches universitaires de modalités variées, partenariales et collaboratives, -action, -intervention... De nos jours aussi, le rapport entre la pratique sociologique, la déontologie et l'éthique nécessite d'être discuté.

Dans nos sociétés où les savoirs et leur légitimité se recomposent, la question se pose de la place des différents savoirs : savants, profanes, experts ou expérientiels, en entreprise et pour le sociologue de l'entreprise. La distinction des différents savoirs est-elle opérante ? Comment les savoirs s'assemblent-ils : opposition, enrichissement, hybridation ? Comment le sociologue de l'entreprise entre-t-il en coopération avec les savoirs d'autres acteurs (ingénieurs, autres professionnels...), d'autres disciplines (sciences de gestion, économie, psychologie, ergonomie, sciences des données, sciences fondamentales...), avec lesquels il interagit sur ses terrains en fonction des objets de recherche ?

L'ancrage du sociologue dans le terrain et la réalité sensible constituent une nécessité pour saisir le vivant. Le CR22 attend aussi des communications rendant compte d'enquêtes conduites au plus près du terrain (enquêtes participantes ou ethnographiques). Sera apprécié la présentation de nouvelles formes de transmission des savoirs liés à l'entreprise, ou des expérimentations : *serious game*, vidéos, théâtre, BD, rédaction de nouvelles...

L'entreprise étant appelée à être plus responsable sur les plans environnementaux, sociaux et éthiques, voire à affirmer une mission d'intérêt général au-delà de sa vocation économique, dans quelle mesure cela se traduit-il par de nouvelles questions/demandes sociales (démarche RSE/ESG, démarche de participation du public...) ? Comment les acteurs d'entreprise s'emparent-ils de ces nouvelles missions, responsabilités, devoirs des entreprises ? Comment la sociologie rend-t-elle compte de ces nouveaux objets ?



Déposer une proposition en ligne : <https://congres2024.aislf.org/>