



9^{ème} Colloque International du GEM&L : Management & langage

Helsinki, 10-12 June 2015

Aalto University – School of Business

Runeberginkatu 14–16, 00100 Helsinki Finland

Hanken School of Economics

Arkadiankatu 22, 00100 Helsinki, Finland

APPEL A COMMUNICATION

Langage et management international :

Avancées théoriques, méthodologiques et empiriques

Chercheurs et praticiens impliqués dans le développement international des entreprises s'intéressent désormais au langage dans la mesure où celui-ci structure les réseaux de communication qui véhiculent et diffusent la connaissance dans un monde de plus en plus interdépendant. Les mots, le sens et la connaissance sont devenus nomades et les technologies de l'information ont rendu les frontières nationales, culturelles ou linguistiques perméables à la communication instantanée. Il a été démontré que l'anglais, tout en étant une *lingua franca* utile dans de nombreux contextes internationaux multilingues, n'est pas la panacée qui peut résoudre la question des différences linguistiques. La recherche s'est intéressée à la notion de « barrière linguistique », à la question de savoir pourquoi elles existent, quelles conséquences elles entraînent et aussi comment les surmonter. D'autres chercheurs ont mis en évidence que les locuteurs forgent le paysage linguistique de leur environnement multilingue en faisant le choix de la langue de communication en fonction du contexte, ce qui peut impliquer le passage à l'anglais ou le recours à la traduction. En d'autres termes, ils font appel au langage comme à une ressource.

Depuis au moins trois décennies, les chercheurs qui considèrent le langage comme un élément clé de la compréhension du fonctionnement de l'entreprise internationale, grande ou petite, (*language-sensitive scholars*) ont contribué à développer un courant de recherche distinct de celui de l'interculturel et doté d'un vocabulaire et d'une méthodologie propres conférant aux études sur le langage un statut épistémologique spécifique et légitime. Diverses manifestations ont accéléré l'émergence d'une feuille de route pour les chercheurs et praticiens qui s'intéressent à la question du langage. Pour n'en citer que quelques-uns : les colloques de AIB de 2013 et 2014, les *tracks* d'EGOS 2013 et 2015. Des numéros spéciaux de *Journal of World Business* (2011) et du *Journal of International Business Studies* (2014) ainsi que le thème fédérateur choisi par AOM 2014 (*The Power of Words*) ont vu croître le nombre de communications et d'articles sur la question du langage et parallèlement s'instaurer le débat sur les rôles et statuts relatifs des langues dans les disciplines telles

que *international business*, le management interculturel, la communication interculturelle et la théorie des organisations.

D'autres études, dans la mouvance socio-constructiviste ou celle des *critical studies*, qui se développent parallèlement aux approches positivistes classiques, portent sur la façon dont les acteurs utilisent la (ou les) langue(s) dans les contextes internationaux. La question de la traduction à la fois comme objet théorique et comme pratique au quotidien dans les divers contextes multilingues de l'organisation met en lumière l'importance de la contextualisation de toute démarche heuristique sur le langage et son utilisation sociale. Les études critiques sur le statut et le rôle de l'anglais comme langue hégémonique ont montré que le langage n'est pas socialement, culturellement et politiquement « neutre ». La recherche a commencé à étudier le rôle de l'anglais par rapport aux autres langues et à questionner son influence prépondérante sur la production de la connaissance en management. Des études situées dans la perspective postcoloniale ont commencé à influencer la production théorique du « courant linguistique » dans la recherche en gestion.

La recherche sur le langage dans le management international est en pleine expansion et le but de cet appel à communication est de fournir un cadre à ce domaine de recherche. En conséquence, nous invitons les chercheurs à proposer des contributions théoriques, méthodologiques ou empiriques de nature à faire avancer sa connaissance. Vous trouverez ci-dessous une liste non limitative de contributions possibles.

Thème 1 : langage et identité

Contributions sur les liens existant entre langage et identités, y compris langues nationales, dont l'anglais, mais aussi langues spécialisées, langues d'entreprises et en quoi elles peuvent permettre l'émergence d'identités plurielles.

Thème 2 : langage et performance

Contributions sur le rôle du langage / des langues au sein d'équipes transnationales, virtuelles et multilingues, au sein de filiales de grands groupes ou d'autres formes d'organisations. Rôle du langage dans les performances individuelles et des équipes des entreprises globales; rôle du langage dans les diverses fonctions de la gestion (marketing, ressources humaines, contrôle de gestion, finance).

Thème 3 : langage, pouvoir et politiques linguistiques

Contributions sur les hiérarchies langagières, les politiques linguistiques d'entreprise ; langues utilisées comme capacité d'action contextualisée ; interaction entre discours, langage et prise de décision.

Thème 4 : autres développements théoriques et méthodologiques

Nouveaux paradigmes et approches théoriques de la recherche sur le langage dans l'entreprise internationale et les différents contextes de management, par exemple : aspects du post-colonialisme et approche critique, *sense-making*, poids des traditions linguistiques; problématique de la traduction et questions méthodologiques.

Comité scientifique

Barmeyer Christophe, Université de Passau, Allemagne
Barner-Rasmussen Wilhelm, Hanken School of Economics, Helsinki, Finlande
Beeler Betty, ESC- Saint Etienne, France
Borzeix Anni, CRG Ecole Polytechnique, France
Brannen Mary-Yoko, Gustavson School of Business, University of Victoria, Canada
Cohen Linda, ESCP-Europe, France
Davoine Eric, FSES - Université de Fribourg, Suisse
de Vecchi Dardo, Kedge Business School, France
Delavigne Valérie, Université Sorbonne Nouvelle, France
Igalens Jacques, Directeur Général de Toulouse Business School, France
Kankaanranta Anne, Aalto University School of Business, Finlande
Kassis-Henderson Jane, ESCP-Europe, France
Karjalainen Helena, Ecole de management de Normandie, France
Lecomte Philippe, Toulouse Business School, France
Leroyer Patrick, Aarhus University, Copenhagen, Danemark
Louhiala-Salminen Leena, Aalto University School of Business, Finlande
Mayrhofer Ulrike, Université Lyon 3, France
Mughan Terry, Gustavson School of Business, University of Victoria, Canada
Piekkari Rebecca, Aalto University School of Business, Finlande
Pleutret Joël, Groupe ESC Troyes, France
Schneider Susan Carol, Université de Genève, Suisse
Tietze Susanne, Keele University, Keele Management School, Staffordshire, Royaume Uni
Tréguer-Felten Geneviève, CNRS, France
Yahiaoui Dorra, Kedge Business School, France

Directives à l'attention des auteurs

Le résumé précisera les principales approches théoriques, méthodologiques ou empiriques utilisées ainsi que les champs conceptuels de référence et si nécessaire les données utilisées. L'auteur indiquera également en quoi sa communication contribue à faire avancer la connaissance dans le domaine traité. Les propositions de communication doivent être originales et ne pas avoir fait l'objet d'une publication antérieure.

Page de garde avec l'identité du/des auteurs et son/leur affiliation et coordonnées.

Pages suivantes anonymes comportant le texte de la proposition au format Word.

Titre : Times New Roman, gras, taille 16.

Autres titres : Times New Roman, gras, taille 12.

Proposition de communication accompagnée de 6-7 mots-clés (approx. 1500 mots hors références bibliographiques) Times New Roman, taille 12. Justifié partout, toutes marges 2,5 cm.

Références bibliographiques :

- Austin, J. L. (1962). *How to Do Things With Words*. Cambridge (Mass.): Harvard University Press.
- Steyaert, C., Ostendorp, A., & Gaibrois, C. (2011). « Multilingual organizations as 'linguascapes': Negotiating the position of English through discursive practices », *Journal of World Business*, 46(3), pp. 270-278.

Communication en français ou en anglais à télécharger sur le site du GEM&L, www.geml.eu au plus tard le **15 janvier 2015**.

Les propositions sont évaluées par les membres du comité de lecture du colloque en double aveugle sur la base de l'originalité, de la rigueur et de la pertinence scientifique. Aucune information ou note identifiant le ou les auteur(s) ne doit figurer dans le document.

Les auteurs seront informés du résultat du processus de révision au plus tard le **15 mars 2015**.

Les auteurs des papiers acceptés sont priés d'envoyer leur version définitive au plus tard le **15 mai 2015**.

Au moins un auteur par communication doit être inscrit au colloque et présenter son papier en langue anglaise.

Une sélection des meilleurs articles sera proposée à la revue classée *International Journal of Cross-cultural Management (IJCCM)* en vue d'une publication sous réserve d'acceptation par son propre comité éditorial. Merci de noter que seules les communications rédigées ou traduites en anglais seront éligibles pour publication par IJCCM.

Pour tout renseignement concernant le colloque, merci de vous adresser à :
scientifique@geml.eu

Planning

Proposition de communication :	15 janvier 2015
Notification d'acceptation :	15 mars 2015
Communication définitive :	15 mai 2015

Pour vous inscrire au workshop, veuillez-vous connecter au site du GEM&L : www.geml.eu