



INSTITUT DE
RECHERCHE EN
GESTION

U n i v e r s i t é P a r i s - E s t

UNIVERSITÉ —
— PARIS-EST



« Les discours stratégiques en question »

Journée de recherche du groupe thématique « Méthodologie »
de l'AIMS¹

IAE Gustave Eiffel – Institut de Recherche en Gestion
Université Paris-Est

Date: 11 Mai 2012

La recherche en management stratégique s'appuie pour une bonne part sur des entretiens, des rapports d'activités, des documents internes, courriels, communiqués de presse. Prenant acte de cette prolifération discursive, nombre de chercheurs envisage aujourd'hui ces discours comme matériaux premiers de la fabrique de la stratégie et des phénomènes organisés.

C'est au travers de leurs conversations quotidiennes notamment, que les acteurs coordonnent leurs actions (Weick, 1995), qu'ils donnent du sens aux orientations stratégiques qui leur sont données (Balogun & Johnson, 2004 ; 2005), cherchent à se doter ou renforcer leur légitimité et ascendent sur autrui (Samra-Fredericks, 2003 ; 2005), se 'positionnent' en adoptant, amendant ou résistant aux tentatives de domination de certains groupes d'acteurs (Laine & Vaara, 2007 ; Mantere et Vaara,

¹ La participation à cette journée de recherche est ouverte à tous. Elle n'est pas réservée aux membres de ce groupe.

2008). Ces mêmes acteurs, en leur nom ou en celui de l'organisation dans son ensemble, produisent des textes, des histoires (stories), des récits (narratives) oralement ou par écrit en vue d'expliquer leurs résultats et actions passées (voir Gephart, 1997 ; Brown, 2000 ; Clarke & al., 2008). Nombre de ces discours vise à justifier les décisions et actions à venir (Boje, 1995 ; Ezzamel & al., 2007 ; Roberts & al., 2006), et ce, que ces dernières concernent l'organisation ou un champ organisationnel dans son ensemble (voir, Greenwood & al., 2002). Ce sont ces discours, enfin, qui disent et font potentiellement advenir ('enactent') ce qu'est l'environnement, l'organisation, les problèmes auxquels elle fait face, les solutions à mettre en œuvre.

Loin d'être libre de toute influence culturelle et idéologique, ces discours stratégiques produits par et dans les organisations s'appuient sur un ensemble de règles, une 'grammaire' qui nous permet certes de distinguer ce discours d'autres discours (le discours médical, par exemple) mais, Knights et Morgan (1991 ; 1995) l'ont bien souligné, n'est pas sans incidence sur notre manière de lire réel et nous considérer nous-mêmes en tant qu'individus. En ce sens, les discours stratégiques participeraient d'un savoir, d'un corps de connaissances (Lilley, 2001) – la 'stratégie'- elle-même nourrit d'autres disciplines et savoirs (l'économie, la discipline militaire bien sûr, mais également la spiritualité, voir Suominen & Mantere, 2010). Renvoyant ainsi à la fois à des niveaux 'micro' et 'macro', les discours stratégiques apparaissent ainsi comme une matière privilégiée pour appréhender les entrelacements complexes dont procède la fabrique de la stratégie.

Le tournant discursif pris par la recherche en management stratégique et en organisation est cependant loin de témoigner d'une approche théorique, épistémologique et méthodologique unique. Les recherches empruntent ainsi une grande variété de méthodes d'analyse de discours (analyse de contenu, Critical Discourse Analysis, déconstruction, analyse sémiotique, herméneutiques, narratives etc.) qui relèvent de traditions philosophiques distinctes et sont loin d'embrasser une même conception de ce qu'est le discours et de son rôle dans la construction sociale de la réalité (voir Schatzki, 2000 ; Iedema, 2007).

L'objectif de cette journée de recherche est de tenter un panorama des questions théoriques, épistémologiques et méthodologiques que soulève le 'tournant' discursif en management stratégique et en recherches organisationnelles.

Les contributions attendues pourront ainsi s'inscrire dans l'un et/ou l'autre des thèmes suivants :

- Qu'entend-t-on par discours ? Doit-on, peut-on le réduire à ces manifestations langagières (ie. des mots et des phrases) ou doit-on également considérer d'autres manifestations (des gestes, des images, le ton de la voix) au travers desquelles « de l'intelligibilité est produite » (Iedema, 2007) ?
- Quelle(s) relations peut-on établir entre ces discours et les phénomènes étudiés par la recherche ? Ces discours reflètent-ils, construisent-ils ou encore inter-

agissent-ils (Iedema, 2007) avec la subjectivité des acteurs, les actions et décisions entreprises, les pratiques stratégiques, les jeux d'influence, les normes en vigueur dans l'organisation, dans un champ organisationnel, dans la société (voir à ce propos, Alvesson & Kärreman, 2000 ; Vaara, 2010)?

- Quels matériaux privilégier ? Pour quels objets de recherche et niveaux d'analyse ? En quoi peut-il être utile de ne pas se contenter des discours produits dans et par l'organisation ?
- Quelles sont les méthodes d'analyse appropriées pour appréhender la richesse et la complexité des discours stratégiques ? Quels en sont les avantages, les limites ? En quoi l'analyse sémiotique, herméneutique ou encore conversationnelle par exemple, sont-elles susceptibles de contribuer ou modifier le regard que nous portons sur le management stratégique ?
- Quels sont les enjeux et les défis auxquels font face les chercheurs en management stratégique qui optent pour ce type d'approche ? L'analyse de discours en stratégie relève-t-elle d'un phénomène de mode ou une tendance lourde ? À quelles conditions, l'analyse discursive peut-elle renforcer les contributions des chercheurs en management stratégique ?

Cet appel à communication est ouvert aux chercheurs de toute discipline des sciences sociales, dès lors que leur contribution porte sur le discours stratégique. Les réflexions épistémologiques, théoriques, méthodologiques appuyées ou non par une étude empirique sont bienvenues.

L'objectif étant principalement de nourrir le questionnement et le dialogue, le nombre de participants sera limité et la journée sera structurée autour de présentations et discussions approfondies des contributions. Les auteurs dont les communications auront été retenues s'engagent ainsi à discuter la contribution d'un autre participant.

Références bibliographiques

Alvesson, M. & Karreman D. (2000), 'Varieties of discourse: On the study of organizations through discourse analysis', *Human Relations*, 53/9: 1125-1149.

Balogun, J. & Johnson, G. (2004) 'Organizational Restructuring and Middle Manager Sensemaking', *Academy of Management Journal*, 47(4): 523-49.

Balogun, J. & Johnson, G. (2005) 'From Intended Strategies to Unintended Outcomes: The Impact of Change Recipient Sensemaking', *Organization Studies*, 26(11): 1573-601.

Boje, D. (1995) "Stories of Storytelling Organization: A Postmodern Analysis of Disney as "Tamara-Land". *Academy of Management Journal*, 38(4): 997-1035.

Brown, A . (2000), "Making Sense of Inquiry Sensemaking", *Journal of Management Studies*, 37(1), pp. 23-44.

Brown, A., Stacey, P. & Nandhakumar J. (2008) 'Making Sense of Sensemaking Narratives', *Human Relations*, 61(8): 1035-62.

- Ezzamel, M., Robson K., Stapleton P. & McLean, C. (2007) 'Discourse and Institutional change: 'Giving accounts' and Accountability', *Management Accounting Research*, 18: 150-71.
- Gephart, R. (1997) "Hazardous Measures: An Interpretive Textual Analysis of Quantitative Sensemaking during Crisis", *Journal of Organizational Behavior*, 18: 583-622.
- Gephart, R. (1993) "The Textual Approach: Risk and Blame in Disaster Sensemaking", *The Academy of Management Journal*, 36(3): 1465-1514.
- Greenwood, R., Suddaby, R. & Hinings, C. (2002), "Theorizing Change: The Role of Professional Associations in the Transformation of Institutionalized Fields", *Academy of Management Journal*, 45/1: 58-80.
- Iedema R. (2007) "On the Multimodality, Materiality and Contingency of Organizational Discourse", *Organization Studies*, 28(6): 932-47.
- Knights, D. & Morgan, G. (1991) "Corporate Strategy, Organizations and the Subject: A Critique", *Organization Studies*, 12(2): 251-73.
- Knights, D. & Morgan, G. (1995) "Strategic Management, Financial Services and Information Technology", *Journal of Management Studies*, 32(2): 191-214.
- Laine, P.-M. & Vaara, E. (2007) "Struggling over Subjectivity: A Discursive Analysis of Strategic Development in an Engineering Group", *Human Relations*, 60(1): 29-58.
- Lilley, S. (2001) "The Language of Strategy", in R. Westwood & S. Linstead (eds.), *The language of Organization*, London: Sage Publications, pp. 66-88.
- Mantere, S. & Vaara, E. (2008) "On the Problem of Participation in Strategy: A Critical Discursive Perspective", *Organization Science*, 19(2): 341-58.
- Roberts, J., Sanderson, R., Barker, R. & Hendry, J. (2006) "In the mirror of the market: The disciplinary effects of company/fund managers meetings", *Accounting, Organizations and Society*, 31: 277-294.
- Samra-Fredericks, D. (2005) "Strategic Practices, 'Discourse' and the Everyday Interactional Constitution of 'Power Effects'", *Organization*, 12(6): 803-41.
- Shatzki, T. (2002) *The Site of the Social*. University Park, PA: The Pennsylvania State University Press.
- Suominen, K. & Mantere, S. (2010) "Consuming Strategy: The Art and Practice of Managers' Everyday Strategy Usage", *Advances in Strategic Management*, 27: 211-45.
- Vaara, E. (2010) "Taking the Linguistic Turn Seriously: Strategy as a Multifaceted and Interdiscursive Phenomenon", *Advances in Strategic Management*, 27: 29-50.
- Weick, K. E. (1995) *Sensemaking in Organizations*. London: Sage.

Coordination du Groupe Thématique : Florence Allard-Poesi (IAE Gustave Eiffel), Linda Rouleau (HEC Montréal) & Isabelle Royer (IAE Lyon)

Conseil Scientifique

Thierry Boudès (ESCP-EAP)

Valérie Chanal (IEP Grenoble)

Francois Cooren (Université de Montréal)

Christiane Demers (HEC Montréal)

Mathieu Detchessahar (IAE Nantes)

Bertrand Fauré (Université de Toulouse)

Yvonne Giordano (IAE Nice)

Hélène Giroux (HEC Montréal)

Eléonore Mounoud (ECP)

Daniel Robichaud (U de Montréal)

Eero Vaara (Université d'Helsinki)

CALENDRIER

1. Intention de communication : 31 décembre 2011
2. Retour des avis du comité scientifique : 30 janvier 2012
3. Envoi de la version définitive : 15 avril 2012
4. Journée de recherche : 11 Mai 2012

MISE EN FORME DES DOCUMENTS

RESUME ETENDU

Le résumé étendu doit faire au maximum 3000 mots. Il présentera l'intérêt du sujet, décrira le contenu de l'article et résumera la contribution. Il sera accompagné d'une bibliographie.

Format :

- Times New Roman
- taille 11
- simple interligne, justifié
- marges 2,5 cm droite, gauche, haut et bas

Il sera envoyé par mail uniquement à :

allard-poesi@u-pec.fr

COMMUNICATIONS

Les communications feront 25 pages maximum (hors bibliographie), Microsoft Word, format A4, double interligne, justifié, marges 2,5 cm droite, gauche, haut et bas, Police Times New Roman, taille de caractères 12. Elles seront rédigées en français.

Les pages numérotées seront sans en-tête ni pied de page.

Les auteurs sont invités à éviter l'utilisation de caractère en italique, ne pas souligner les titres, et limiter le nombre de notes (qui seront le cas échéant renvoyées en bas de page).

Les tableaux et figures seront numérotés et directement insérés dans le texte et non tirés à part.

Le plan de l'article doit être présenté de telle sorte que la hiérarchie des titres soit claire, ne dépassant pas 3 niveaux :

- niveau 1 : un chiffre (1. par exemple) titre en Times 12 gras en majuscule
- niveau 2 : deux chiffres (1.1. par exemple) sous-titres en Times 12 gras.
- niveau 3 : trois chiffres (1.1.1. par exemple) sous-titres en Times 12.

A la suite de l'article, on placera les références bibliographiques présentée selon les normes suivantes.

- Pour un article :

Laine, P.-M. & Vaara, E. (2007) "Struggling over Subjectivity: A Discursive Analysis of Strategic Development in an Engineering Group", *Human Relations*, 60(1): 29-58.

- Pour un ouvrage :

Alvesson, M. & Sköldbberg, K. (2000) *Reflexive Methodology, New Vistas for Qualitative Research*, London: Sage.

- Pour un article dans un ouvrage collectif :

Baumard, P. & Ibert, J. (2007) "Quelles approches avec quelles données ?", in R.-A. Thiétart et coll., *Méthodes de recherche en management*, 3^{ième} édition, Paris : Dunod, pp. 84-106.