
5^{ème} Journée du Groupe Thématique « Décision et Organisation »

Décision et Communication

DATE DE SOUMISSION DES COMMUNICATIONS REPORTÉE au 1^{er} MARS

24 Mai 2016, Journée d'études accueillie par le Gripic-CELSA Paris-Sorbonne

Prendre des décisions et communiquer les décisions sont deux facettes de l'activité des managers. Cependant, peu de travaux en sciences de gestion étudient les processus de prise de décision en relation avec les processus de communication. Un des objectifs de cette journée est de permettre aux chercheurs en Sciences de Gestion qui s'intéressent à la décision de s'ouvrir aux approches communicationnelles, et ainsi d'enrichir leurs perspectives sur la décision. Nous espérons également susciter l'intérêt de chercheurs en Sciences de l'Information et de la Communication (SIC) en leur proposant d'étudier la communication dans des contextes organisationnels en liaison avec une thématique fondatrice des sciences de gestion : la décision managériale (pour une présentation des principaux courants de recherche sur la décision en théorie des organisations voir Vidaillet, d'Estaintot, & Abecassis, 2005 ; Hodgkinson & Starbuck, 2008). Au-delà des barrières disciplinaires, il nous semble en effet potentiellement très intéressant d'explorer les interactions entre les processus communicationnels et décisionnels dans les organisations.

Nous invitons en particulier les contributions explorant (entre autres) les thématiques suivantes :

1- Les interactions entre processus décisionnels et communicationnels.

Certains travaux ont mis en lumière l'importance des modalités de la décision (ex. règles de décision, implication des parties prenantes...) sur les effets qu'elle produit et son acceptation (Laroche, 2014 ; Lind et Tyler, 1988 ou Roberto, 2005 ; Steyer et Laroche, 2012). Cependant, si l'on envisage la communication comme un processus créateur, une dynamique qui participe du processus décisionnel (plutôt qu'un simple outil à mobiliser pour informer), il est important de s'interroger plus profondément sur les interactions entre les processus décisionnels et communicationnels dans les organisations. Nous invitons donc les contributions qui, au-delà de l'étude des effets supposés de certains modes de communication sur la décision, étudient la façon dont la décision et la communication se co-construisent dans les interactions : Dans quelle mesure la communication est-elle partie prenante de la décision ? Comment la communication (y compris la rhétorique autour de la décision) « travaille-t-elle » la décision ? (Voir par ex. Holt et MacPherson, 2010, pour une première exploration des liens entre *sensemaking* et rhétorique.) Que se joue-t-il en termes de processus décisionnels et communicationnels dans les dynamiques de collaboration, de participation ou encore de consultation ? Dans quelle mesure les processus de mise en visibilité médiatique de la décision participent-ils du phénomène décisionnel ?

2- Une approche performative des outils de communication et de prise de décision

En liaison avec le premier point, il nous semble important d'avoir une compréhension fine des effets des dispositifs « communicationnels » utilisés par certains consultants et managers dans le cadre de décisions stratégiques comme par exemple les dispositifs « d'intelligence collective » tels que les « cercles de parole » adoptés en gestion du changement. Nous invitons donc les contributions qui adoptent un regard critique sur ces outils de gestion. A travers l'étude de ces outils, il nous semble également possible d'étudier les effets « performatifs » des théories de la décision et de la communication (Cabantous et Gond, 2011 et 2012) (voir aussi les travaux dans la mouvance CCO – Communicative Constitution of Organization, Cooren et al. 2012).

3- *Sensemaking*, décision et communication.

L'approche du *sensemaking* reconnaît les effets rétroactifs des actions de *sensegiving* sur celui qui tente d'orienter les processus de construction de sens des gens qui l'entourent (Weick et al., 2005). *Sensemaking* et *sensegiving* seraient ainsi les deux faces d'une même pièce (Humphreys et al., 2012 ; Rouleau, 2005). Pourtant, la conception du processus de communication sous-jacente dans les travaux sur le *sensegiving* apparaît encore souvent trop simpliste : les réactions de l'audience – le travail actif de transformation du message opéré par le récepteur – sont souvent négligées (Bean et Hamilton, 2006 ; Corvellec et Risberg, 2007). On pourrait ainsi s'interroger sur les apports potentiels d'une conceptualisation plus riche du processus de communication pour éclairer les interactions entre *sensemaking* et *sensegiving*.

4- Les décisions difficiles à communiquer.

Finalement, nous sommes aussi intéressés par l'étude des décisions « difficiles à communiquer » : que « produit » la communication par exemple lorsque les fondements de la décision ne « rentrent » pas dans les systèmes ordinaires de légitimité organisationnelle (un cas typique dans de nombreuses entreprises serait une décision prise sur la base d'une intuition), lorsqu'elles sont difficiles à justifier ou que le consensus est délicat à établir (par exemple en cas de dilemmes éthiques, de sujets conflictuels ou de crises) ? Egalement, si le processus de décision produit de l'engagement (Brunsson, 1990), comment en « sortir », communiquer sur un revirement, lorsque le décideur revient sur sa décision ? Quelques travaux ont montré la difficulté de faire face à l'échec d'une stratégie annoncée en grande pompe puis dénoncée par le *top management*, par exemple une fusion manquée (Mantere et al., 2012). Quels types de discours d'escorte sur la décision sujette à controverse sont-ils développés tant en régime organisationnel qu'en régime médiatique ?

Objectifs de la journée

Un des objectifs de cette journée du Groupe Thématique Décision et Organisation de l'AIMS est de permettre à des chercheurs en Sciences de Gestion et en Sciences de l'Information et de la Communication de partager leurs réflexions sur les notions de décision et de communication. Nous souhaitons ainsi favoriser une réflexion pluridisciplinaire sur les processus décisionnels et communicationnels et susciter des discussions originales au croisement des notions de « décision » et de « communication » dans des contextes organisationnels. Ceci dans la lignée du programme Défi (La décision : figures de l'autorité en régime médiatique), porté en 2015 par le Gripic en partenariat avec l'INSEAD et les Archives nationales, dans le cadre des projets "Convergence" de l'IDEX Sorbonne Universités", et du colloque de restitution organisé en septembre 2015 au Celsa ("Figures des décideurs en régime médiatique") qui interrogeait la « hiérarchie entre décision de faire et décision de dire ».

Le groupe thématique ne favorise aucune approche ontologique, épistémologique, théorique ou méthodologique particulière. Si nous privilégierons les soumissions en lien avec le thème annuel de la journée, nous sommes également ouverts à la présentation de quelques papiers s'intéressant à d'autres aspects de la décision, dans la mesure où ils sont de nature à nourrir la réflexion collective du groupe. Nous invitons les auteurs intéressés à nous contacter avant de soumettre leur résumé étendu.

Afin de permettre une réelle discussion des papiers, le nombre de places, incluant les contributeurs, est limité.

Consignes aux auteurs et **NOUVELLES** dates clés

1- Un résumé étendu : 1^{er} Mars 2016

Le résumé étendu doit faire au maximum 3000 mots et présenter l'intérêt du sujet, décrire le contenu de l'article et résumer la contribution. Les résumés étendus en anglais sont possibles. Cependant les présentations et les discussions de la journée se feront en français.

Les résumés étendus seront envoyés à : Laure.cabantous.1@city.ac.uk; veronique.steyer@isg.fr

2- Retour aux auteurs : 15 Mars 2016

Les résumés étendus feront l'objet d'une sélection par les organisateurs de la journée.

3- Envoi de la version finale du papier : 18 avril 2016

Les papiers seront rédigés en Times New Roman 12pt, interligne double, aligné à gauche (ou justifier), avec des numéros de page. Les papiers seront envoyés à :

Laure.cabantous.1@city.ac.uk; veronique.steyer@isg.fr

Comité scientifique

Marine Allein, Gripic, CELSA Paris-Sorbonne ; Laure Cabantous, Cass Business School, City University London; Hervé Dumez, CRG, Ecole Polytechnique ; Olivier Germain, ESG-UQAM ; Yvonne Giordano, ISEM, Université de Nice Sophia-Antipolis ; Jean-Pascal Gond, Cass Business School, City University London; Gérard Koenig, Université Paris-Est ; Benoît Journée, Université de Nantes ; Hervé Laroche, ESCP Europe; Sophie Le Bris, Ecole Navale; Viviane Sergi, ESG-UQAM; Véronique Steyer, ISG Paris ; Julien Tassel, Gripic, CELSA Paris-Sorbonne ; Philippe Urfalino, EHESS ; Bénédicte Vidaillet, IAE, Université de Lille 1

Bibliographie et suggestions de lecture

Ashcraft KL, Kuhn TR & Cooren F. (2009) Constitutional amendments: "Materializing" organizational communication. In: Walsh JP and Brief AP (eds) *The Academy of Management Annals* London: Routledge, 1-64.

Austin JL. (1962) *How to Do Things with Words*, Oxford, England: Oxford University Press.

Bean, C. J., & Hamilton, F. E. (2006). Leader framing and follower sensemaking Response to downsizing in the brave new workplace. *Human Relations*, 59(3), 321-349.

Boltanski L & Thévenot L. (1991) *De la Justification. Les Economies de la Grandeur*, Paris: Gallimard.

Brunsson N. (1990). Deciding for responsibility and legitimation: Alternative interpretations of organizational decision-making, *Accounting, Organizations and Society*, vol. 15, n° 2, p. 47-58.

Cabantous L., & Gond J.-P. (2011). "Rational decision-making as performative praxis: Explaining rationality's éternel retour", *Organization Science*, vol. 2, n° 3, p. 573-586.

Cabantous L., & Gond, J.-P. (2012). Du mode d'existence des théories dans les organisations. *Revue Française de Gestion*, 225, p.61-81.

Cooren F, Kuhn T, Cornelissen JP, et al. (2011) Communication, organizing and organization: An overview and introduction to the special issue. *Organization Studies* 32(9): 1149-1170.

Cornelissen JP. (2012) Sensemaking under pressure: the influence of professional roles and social accountability on the creation of sense. *Organization Science* 23(1): 118-137.

- Corvellec, H., & Risberg, A. (2007). Sensegiving as mise-en-sens—The case of wind power development. *Scandinavian Journal of Management*, 23(3), 306-326.
- Fenton, C., & Langley, A. (2011). Strategy as practice and the narrative turn. *Organization studies*, 32(9), 1171-1196.
- Gond J-P., Cabantous L., Harding N., & Learmonth M. (2015) What do we mean by performativity in organizational and management theory? The uses and abuses of performativity. *International Journal of Management Reviews*.
- Hodgkinson, G. P., & Starbuck, W. H. (2008). *The Oxford handbook of organizational decision making*. Oxford University Press.
- Holt, R., & Macpherson, A. (2010). Sensemaking, rhetoric and the socially competent entrepreneur. *International Small Business Journal*, 28(1), 20-42.
- Humphreys, M., Ucbasaran, D., & Lockett, A. (2012). Sensemaking and sensegiving stories of jazz leadership. *Human Relations*, 65(1), 41-62.
- Jarzabkowski, P. Balogun, J. (2009). The practice and process of delivering integration through strategic planning. *Journal of Management Studies* 46: 1255-1288.
- Jeanneret, Y. (2008). *Penser la trivialité*. Volume 1 : *La vie triviale des êtres culturels*. Hermès-Lavoisier.
- Jeanneret, Y. (2014). *Critique de la trivialité. Les médiations de la communication, enjeu de pouvoir*. Éditions Non standard.
- Laroche, H. (2014). La décision comme production d'ordre dans les organisations. *Connexions*, (1), 11-18.
- Lind E.A., & Tyler, T.R. (1988). *The social psychology of procedural justice*, Plenum Press, New York.
- Mantere, S., Schildt, H. A., & Sillince, J. A. (2012). Reversal of strategic change. *Academy of Management Journal*, 55(1), 172-196.
- Mintzberg, H., & Romelaer, P. (2006). *Le manager au quotidien. Les dix rôles du cadre*, Vuibert.
- Roberto M.A. (2005). *Why Great Leaders don't Take Yes for an Answer. Managing for Conflict and Consensus*, Wharton School Publishing, Upper Saddle River (N.J.).
- Rouleau, L. (2005). Micro-Practices of Strategic Sensemaking and Sensegiving: How Middle Managers Interpret and Sell Change Every Day. *Journal of Management Studies*, 42(7), 1413-1441.
- Steyer, V., Laroche, H. (2012). Le virus du doute. *Revue Française de Gestion*, 225(6), 167-186.
- Tengblad S. (2006) Is there a new managerial work? A comparison with Henry Mintzberg's classic study 30 years later. *Journal of Management Studies* 43(7): 1437-1461.
- Vidailliet, B., d'Estaintot, V., & Abecassis, P. (2005). *La décision*. De Boeck Supérieur.
- Watzlawick, P., Helmick-Beavin, J., & Jackson, D. (1979). *Une logique de la communication*, Seuil.
- Weick K.E. (1995). *Sensemaking in Organizations*, Sage Publications, Thousand Oaks, Ca.
- Weick K.E., Sutcliffe K.M., & Obstfeld D. (2005). Organizing and the Process of Sensemaking, *Organization Science*, vol. 16, n° 4, p. 409-421.
- Weick, K. E. (1988). Enacted Sensemaking in Crisis Situations. *Journal of Management Studies*, 25(4)