

Les Conditions de Performativité du Discours Stratégique Analyses et apports d’Austin, Searle, Butler et Callon

Marion Varlet, Florence Allard-Poesi

► **To cite this version:**

Marion Varlet, Florence Allard-Poesi. Les Conditions de Performativité du Discours Stratégique Analyses et apports d’Austin, Searle, Butler et Callon. XXIVe Conférence Internationale de Management Stratégique , Jun 2015, Paris, France. 2015. <hal-01490627>

HAL Id: hal-01490627

<https://hal-upec-upem.archives-ouvertes.fr/hal-01490627>

Submitted on 15 Mar 2017

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L’archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d’enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Les Conditions de Performativité du Discours Stratégique

Analyses et apports d’Austin, Searle, Butler et Callon

Marion Varlet

Institut de Recherche en Gestion (EA 2354) - Université Paris Est

varletmarion@gmail.com

Florence Allard-Poesi

Institut de Recherche en Gestion (EA 2354) - Université Paris Est

allard-poesi@u-pec.fr

Résumé :

À l’heure où le discours sur le changement est omniprésent dans les sphères économiques, sociétales et organisationnelles, à quelles conditions un discours porté par une direction générale est-il à même d’en produire ?

L’objectif de cette recherche est de déterminer les différentes conditions donnant au discours stratégique sa performativité, autrement sa capacité à produire un effet. Il s’agit de mettre en lumière ce qui permet à un discours stratégique d’induire le changement qu’il décrit, renvoyant par-là à la dimension délibérée de la stratégie, mais également des changements inattendus, renvoyant par-là à sa dimension émergente. Nous convoquons et analysons les conceptions de la performativité portées tour à tour par Austin et Searle, puis Butler et enfin Callon, conceptions que nous illustrons au travers des travaux récents portant sur les effets des discours stratégiques. Cette réflexion met à jour des différences significatives dans les définitions et conditions de performativité du discours. En soulignant l’importance des conditions requises pour qu’un discours produise un effet, cette recherche révèle finalement la relative fragilité du discours stratégique.

Mots-clés : discours, discours stratégique, changement, performativité, théories discursives

Les conditions de performativité du discours stratégique

Analyses et apports d’Austin, Searle, Butler et Callon

Depuis le début des années 90, de nombreux chercheurs envisagent les discours dans les organisations, et en particulier le discours stratégique, comme participant pleinement de l’*organizing* : en ce qu’ils permettent de donner du sens aux actions entreprises (Gioia et Chittipeddi, 1991; Balogun et Johnson, 2004 ; 2005) ; en ce qu’ils révèlent, dans leur pluralité et contradictions, les tensions, conflits, luttes de pouvoir à l’œuvre entre les membres de l’organisation (Laine et Vaara, 2007 ; Boje, 1995 ; 1991). Si l’on souligne bien souvent le rôle clé des discours stratégiques dans la mise en œuvre d’un changement (cf. Gioia et Chittipeddi, 1991 ; Kornberger et Clegg, 2011), et, plus largement, l’importance de la communication, les recherches récentes montrent que ces discours sont loin de produire les effets attendus. Parce qu’ils s’appuient sur des métaphores creuses, ils suscitent certes un engouement initial (Eisenberg, 1984), mais supposent que les acteurs soient ensuite capables de faire sens de ces discours en vue de les mettre en acte (voir Lüscher et Lewis, 2008 ; Balogun et Johnson, 2004 ; 2005 ; McCabe, 2010). D’autres travaux montrent que ces discours stratégiques de changement suscitent souvent des contre-discours dénotant d’attitudes de résistance (Laine et Vaara, 2007; McCabe, 2010), de désengagement, de retrait (McCabe, 2010) voire de cynisme (Fleming et Spicer, 2003).

Si ces travaux remettent en cause l’idée selon laquelle la communication autour du changement constituerait un élément fondamental de sa réussite, il paraît difficile de s’en dispenser. À l’heure où le discours sur le changement est omniprésent dans les sphères économiques, sociétales et organisationnelles, à quelles conditions un discours stratégique est-il à même de produire un changement ?

Au travers d’une revue de la littérature revenant aux auteurs sources, l’objectif de cette recherche est de déterminer les différentes conditions donnant au discours stratégique sa performativité, autrement dit sa capacité à produire un effet. Il s’agit ainsi de mettre en lumière ce qui permet à un discours stratégique d’induire le changement qu’il décrit, renvoyant par-là à la dimension délibérée de la stratégie, mais également des changements inattendus, renvoyant

par-là à sa dimension émergente. En effet, si de nombreuses recherches s'intéressent aux caractéristiques des discours stratégiques (Vaara, Sorsa et Pälli, 2010 ; Pälli, Vaara, Sorsa, 2009) et à leurs effets sur la subjectivité des acteurs (voir Laine et Vaara, 2007 ; Kornberger et Clegg, 2011 ; Knights et Morgan, 1995) ou sur les relations de pouvoir au sein de l'organisation (voir Samra-Fredericks, 2003 ; 2005), peu s'attachent à analyser ce qui crée, favorise ou inhibe la performativité d'un discours stratégique.

Or si elles sont fréquemment critiquées pour leur définition pour le moins flottante de ce qu'il convient d'entendre par discours (voir Iedema, 2007 ; Alvesson et Kärreman, 2000 ; 2011 ; Philips et Oswick, 2012), les recherches menées sur les discours stratégiques montrent que si discours stratégique et discours de changement ne sont pas synonymes, les discours stratégiques portent toujours l'idée d'un changement à opérer (voir Allard-Poesi, 2015). Ces recherches permettent en outre de distinguer, derrière cette notion, trois facettes renvoyant à trois niveaux d'analyse et objets d'étude (Voir Vaara, 2010 ; Philips et Oswick, 2012), qui, tous à leur manière, relèvent cette notion de changement :

- *Un niveau macroscopique*, tout d'abord, dans lequel le discours désigne, suivant là Foucault (1991), « un domaine(s) pratique(s) limité(s) qui a [ont] ses [leurs] frontière(s), ses [leurs] règles de formation, ses [leurs] conditions d'existence » et qui définit, à une époque donnée, « ce qui peut être dit » (p. 63). S'appuyant sur cette conception du discours comme un savoir disciplinaire, Knights et Morgan (1991, p. 252) définiront le discours stratégique comme « un ensemble d'idées et de pratiques qui conditionnent nos manières de nous lier à et d'agir sur un phénomène particulier ». Si l'archéologie du discours stratégique – c'est-à-dire la définition des règles que doivent respecter les énoncés pour participer du savoir stratégique - est encore à mener, les travaux de recherches s'inscrivant dans cette perspective soulignent que le discours stratégique est orienté à la fois vers l'intérieur de l'organisation mais également vers l'extérieur (Knights et Morgan, 1995 : 198-206 ; Vaara, Kleymann et Seristö, 2004 : 25), environnement qui est conçu comme hostile et changeant, rendant le changement de l'organisation elle-même nécessaire (Knights et Morgan, 1995 : 206 ; Oakes, Townley et Cooper, 1998 : 276).

- *Un niveau mésoscopique* dans lequel le discours renvoie aux textes et paroles véhiculés au nom de l'organisation pour une audience interne ou externe. Les travaux portant sur les projets stratégiques (Laine et Vaara, 2007 ; Abdallah et Langley, 2014), l'histoire officielle de l'organisation (Barry et Elmes, 1997 ; Boje, 1991), ou encore des rapports d'activités,

s'inscrivent dans cette conception du discours. Le discours à ce niveau est fragile, flexible et ré-interprétable, en ce que la version officielle est souvent contestée par des récits ou projets concurrents (voir Boje, 1995 ; Abdallah et Langley, 2014). Qu'il soit orienté vers le passé (Boje, 1991) ou le futur de l'organisation, le discours met également l'accent sur la capacité de l'organisation à s'adapter voire à anticiper ou participer du changement de son environnement au travers de l'élaboration de nouveaux produits (voir Boje, 1991 sur Disney), ou de la transformation de l'organisation et des rôles des acteurs en son sein (voir Abdallah et Langley, 2014 ; Gioia et Chittipeddi, 1994 ; Laine et Vaara, 2007).

- *Un niveau microscopique* enfin pour lequel le discours est avant tout l'ensemble des paroles échangées par les acteurs dans leurs conversations quotidiennes, au travers desquelles ils peuvent convoquer la discipline stratégique (voir Samra-Fredericks, 2003 ; 2005), les projets stratégiques de l'organisation (voir Whittle et al., 2014), ou encore son fonctionnement et son environnement (Allard-Poesi, à paraître) pour faire sens des problèmes à résoudre, et faire valoir leur point de vue. Les compétences rhétoriques des acteurs (Samra-Fredericks, 2003), les effets de pouvoir associés (Patriotta et Spedale, 2009 ; Thomas, Sargent et Hardy, 2011 ; Kwon, Clarke et Wodak, 2014 ; Allard-Poesi, à paraître), sont ici particulièrement étudiés en ce qu'ils favorisent ou inhibent le développement d'un projet de changement.

Qu'ils renvoient à l'un ou l'autre de ces niveaux et objets, les travaux de recherche portant sur les discours stratégiques, supposent souvent qu'ils ont un effet sur la réalité sociale, autrement dit qu'ils induisent, bon an mal an, un changement. Alvesson et Kärreman (2011) nous mettent cependant en garde contre ce postulat, y voyant le risque d'une conception toute puissante du discours qui rabattrait l'organisation elle-même à un tout discursif.

S'inscrivant dans cette interrogation, nous avons choisi de convoquer et d'analyser les conceptions de la performativité portées tour à tour par Austin (1970) et Searle (1972), puis Butler (1990 ; 1997) et enfin Callon (1998). Si d'autres auteurs (Lyotard, 1979 ; Derrida, 1979) ont également mobilisé la notion de performativité, nous avons toutefois souhaité consacrer notre étude aux auteurs fondateurs, ayant placé la performativité des discours au cœur de leurs travaux. Nous illustrons ensuite leurs différentes conceptions au travers des travaux récents, qui, sans nécessairement revendiquer celles-ci, portent sur les caractéristiques et effets des discours stratégiques.

Cette analyse contribue aux travaux de recherche sur le discours stratégique sous trois angles principalement. Elle met tout d'abord à jour des différences significatives dans les définitions et conditions de performativité du discours. En soulignant l'importance des conditions requises pour qu'un discours produise un effet, cette recherche relève en second lieu la relative fragilité du discours stratégique. L'analyse des travaux récents portant sur le discours stratégiques révèle enfin que si certains aspects de la performativité sont bien étudiés, en particulier les dimensions illocutoires et/ou perlocutoires des discours, ces notions de même que les travaux menés sur la performativité, ne sont que peu ou pas mobilisés, ouvrant par-là la voie à de nouvelles recherches.

1. À L'ORIGINE DE LA NOTION DE PERFORMATIVITE : D'AUSTIN A SEARLE

La notion de performativité a été introduite par les philosophes du langage (Austin, 1970 ; Searle, 1972). Pour Austin (1970), elle désigne le fait pour un élément linguistique de constituer lui-même l'action qu'il décrit lors de son énonciation (p. 40) : dire que l'on promet quelque chose, crée une promesse ; communiquer le prénom de son nouveau-né à la mairie attribue à l'enfant un nouveau statut et une nouvelle appellation. Ces énoncés dits performatifs ont pour caractéristique principale la production d'effets sur la réalité du monde. L'énoncé performatif est la réalisation de quelque chose qui n'était pas là avant son énonciation. Après un énoncé performatif, le réel n'est plus tout à fait ce qu'il était auparavant.

1.1 AUSTIN : PREMIERES DISTINCTIONS

À l'origine de cette approche pragmatique, Austin (1970) s'appuie dans un premier temps sur une distinction parmi les énoncés entre ceux qui décrivent le monde et ceux qui accomplissent une action. Les premiers sont dits constatifs, alors que les seconds sont performatifs. Austin met ainsi en avant l'idée que les affirmations ne sont pas uniquement des constats d'une réalité, mais qu'elles peuvent également la modifier.

Alors que des affirmations descriptives peuvent être vraies ou fausses, les énoncés dits performatifs ne peuvent répondre à ces critères de vérité. En effet, on ne peut dire que la phrase « je vous promets de venir vous voir demain » est vraie ou fausse au regard du monde réel. En revanche, Austin introduit le terme d'échecs et de ratés pour caractériser ces énoncés, selon qu'ils répondent à des conditions non pas de vérité mais de « félicité ». Un énoncé tel que « je vous déclare mari et femme » peut être considéré comme un performatif raté si celui qui prononce cette phrase n'a pas la légitimité pour le faire. On dit que l'énoncé « échoue » dans son accomplissement puisqu'il ne réussit pas à modifier l'état du monde.

Pour qualifier les performatifs de « réussi », Austin distingue tout d'abord deux caractéristiques primaires devant être respectées : le locuteur doit s'adresser à quelqu'un et son interlocuteur doit avoir compris ce qui lui a été dit dans l'énoncé correspondant à l'acte de parole. Cette définition de la performativité appelle ainsi une conception microscopique du discours, celui de l'interaction entre deux ou plusieurs personnes dans un contexte donné.

Austin (1970) énonce ensuite plusieurs conditions de félicité à savoir (1) l'existence de procédures conventionnelles voire institutionnelles (dans le cadre du mariage) et leur application correcte et complète ; (2) la reconnaissance d'une légitimité de celui qui énonce un performatif (de son autorité dans le cadre d'un ordre par exemple) ; (3) les pensées et volontés du locuteur (ses intentions et sa sincérité à réaliser l'acte énoncé) ; enfin (4) la conformité de la conduite ultérieure du locuteur et de l'interlocuteur avec les prescriptions liées à l'acte de langage accompli.

Austin (1970) distingue les énoncés constatifs des énoncés performatifs lors de ses sept premières conférences, mais finit par pointer les limites de cette distinction. À partir de sa huitième conférence, il met en avant trois catégories d'actes dans les discours :

- (1) l'acte locutoire, qui est l'acte de dire quelque chose selon un certain nombre de règles linguistiques. L'acte locutoire est la production d'une phrase dotée d'un sens et d'une référence, ces deux éléments constituant la signification.
- (2) l'acte illocutoire, qui est effectué en disant quelque chose, une promesse, une affirmation, une déclaration, une suggestion par exemple. L'énonciation a une *valeur conventionnelle* qui lui permet de créer un effet, dès lors que la convention est respectée et reconnue. En disant « je promets de venir demain », je crée une promesse ; en criant « viens ici tout de suite », je crée un ordre.

(3) l'acte perlocutoire, qui renvoie à la production de certains effets par le fait de dire quelque chose. Par exemple : convaincre, persuader, empêcher, surprendre, induire en erreur, blesser, faire rire, faire fuir. Contrairement à l'acte illocutoire, l'acte perlocutoire n'est pas conventionnel. Il arrive qu'en disant quelque chose, on produise des effets inattendus sur les pensées ou les actes d'autres personnes.

Pour Austin (1970), la différence entre acte illocutoire et perlocutoire, entre « en » et « par le fait de », est essentielle. Il est ainsi nécessaire de bien distinguer « *en disant cela, je l'avertissais* » et donc l'acte illocutoire effectuée par l'énonciation, et « *par le fait de dire cela, je le convainquis, le surpris, le retins* », l'acte perlocutoire, conséquence de l'énonciation.

Au travers de cette nouvelle classification des actes de discours, Austin (1970, p. 181) définit les performatifs comme des « énonciations qui, abstraction faite de ce qu'elles sont vraies ou fausses, font quelque chose (et ne se contentent pas de la dire). Ce qui est ainsi produit est effectué en disant cette même chose (l'énonciation est alors une illocution), ou par le fait de la dire (l'énonciation, dans ce cas, est une perlocution), ou des deux façons à la fois. »

Néanmoins, dans ses dernières conférences, Austin ne reviendra pas sur les conditions de félicité définies précédemment et se concentrera principalement sur les actes illocutoires et leur classification.

1.2 SEARLE, LE ROLE DES CONVENTIONS ET DES INTENTIONS

Poursuivant les travaux d'Austin sur les actes de langage, Searle (1972) met également en avant l'aspect conventionnel de l'acte illocutoire et introduit dans ce cadre les termes de règles constitutives et de principe d'exprimabilité.

Selon Searle, le langage est gouverné à la fois par des règles normatives de comportements mais également par des règles constitutives, caractéristiques des actes de langage. Il serait ainsi impossible de produire des actes de langage sans respecter ces règles. De plus, pour garantir une équivalence entre le sens de l'énoncé et la production d'un acte de langage, Searle introduit le principe d'exprimabilité, principe selon lequel le locuteur a toujours à sa disposition une expression correspondant à ce qu'il souhaite exprimer. Dans cette conception, l'intention du

locuteur est ainsi, aux côtés de sa connaissance des règles constitutives, primordiale dans la réussite de l'acte illocutoire.

Searle revient également sur la notion d'*uptake* (compréhension) utilisée par Austin et indique que l'effet illocutoire réside dans la reconnaissance/compréhension de l'interlocuteur de ce que l'interlocuteur essaie de faire/dire. L'effet illocutoire sur l'auditeur n'est pas une croyance ou une réponse mais simplement la compréhension de l'énoncé du locuteur : ce dernier reconnaît que l'ordre donné est un ordre. L'exécution d'un acte illocutoire suppose donc d'avoir été bien compris par le destinataire.

L'effet illocutoire chez Searle peut donc se concevoir comme la compréhension par l'interlocuteur de l'intention du locuteur exprimée au travers d'énoncés linguistiques conventionnels.

Dans son ouvrage *Les actes de Langage*, Searle (1972) distingue plusieurs conditions essentielles à la performativité des différents actes illocutoires et montre l'importance du contenu propositionnel, de l'intention et de la sincérité du locuteur et de son autorité lors de l'énoncé d'un ordre par exemple.

Pour Austin et Searle ainsi, la performativité illocutoire d'un énoncé dépend du respect de conventions, des intentions et de l'autorité du locuteur, et de la compréhension de l'énoncé par l'interlocuteur – condition derrière laquelle Cooren (2001) voit une tautologie, la compréhension de l'acte étant la définition même de la performativité illocutoire d'un acte.

1.3 LA PERFORMATIVITE ILLOCUTOIRE DES DISCOURS STRATEGIQUES

Sans nécessairement s'inscrire dans la lignée des travaux d'Austin ou Searle, certaines recherches mettent en avant les caractéristiques particulières du texte stratégique, soulignant là l'idée qu'un texte stratégique doit respecter *certaines conventions d'écriture*. Rejoignant la vision de Cooren (2004) et considérant que les mots seuls peuvent faire agir, Vaara, Sorsa et Pälli (2010) étudient l'effet de pouvoir (*power effect*) d'un plan stratégique. Ils considèrent ainsi que les textes stratégiques ne sont pas uniquement des documents présentant des idées mais qu'ils ont une force potentielle (*force potential*, Fairclough, 1992) et une agentivité textuelle (Cooren, 2004), c'est-à-dire, la possibilité de faire agir.

Vaara et al. (2010) analysent ainsi le document officiel du plan stratégique 2005 d'une ville finlandaise et identifient plusieurs traits discursifs qu'ils considèrent comme caractéristiques des discours stratégiques : une présentation des idées comme étant impératives et obligatoires pour l'action future, l'innovation et la rupture au travers de la définition de nouvelles priorités ou bien encore la mise en avant du consensus et de l'unanimité au cours du travail stratégique. Pour les auteurs, ces différentes caractéristiques ne relèvent pas de caractéristiques triviales ; au contraire, elles ont des implications importantes pour l'agentivité textuelle des plans stratégiques, leurs effets performatifs et leurs implications idéologiques. Si l'on peut souscrire à l'idée que, pour être reconnu comme tel, un plan stratégique doit présenter ces caractéristiques et respecter des conventions (voir, pour des résultats proches, Kornberger et Clegg, 2011 ; Knights et Morgan, 1991 ; 1995), les auteurs n'étudient pas à proprement parler les effets des textes étudiés en dehors d'eux-mêmes. En ce sens, l'analyse s'intéresse bien à une performativité illocutoire au sens d'Austin et Searle.

Analysant la portée de certaines règles discursives, d'autres travaux montrent la précarité des effets produits, autrement dit que certaines règles, si elle relèvent bien des conventions stratégiques, n'ont pas d'effets perlocutoires. Certains auteurs, à la suite d'Eisenberg (1984) suggèrent que le recours à l'ambiguïté dans les textes stratégiques constitue un moyen efficace d'accommoder les différences et de promouvoir l'engagement des membres de l'organisation autour des orientations stratégiques (Sonenshein, 2010). Abdallah et Langley (2014) étudient plus précisément les effets dans le temps de l'ambiguïté du discours sur la mise en œuvre de la stratégie. Elles montrent ainsi que si l'ambiguïté permet, dans un premier temps, de générer la mobilisation des collaborateurs, une stratégie formulée de façon ambiguë conduit dans un second temps à des paradoxes et contradictions internes affaiblissant le discours stratégique initial, nécessitant de fait des redéfinitions et réorientations incessantes. Cette recherche montre ainsi que le respect de conditions – des conventions ici- de performativité illocutoire – i.e. permettant la reconnaissance d'un texte comme étant un discours stratégique-, peut contrecarrer la performativité perlocutoire du même texte – i.e. la mobilisation des acteurs autour du projet dans ce cas.

Par-delà le respect de conventions ou règles discursives, Austin (1970) et Searle (1972) soulignent également le rôle clé des *interlocuteurs et de leur compréhension*.

Conditions premières de performativité illocutoire, la compréhension et l'interprétation de l'interlocuteur constituent des éléments importants qui ont été largement étudiés par les recherches portant sur le discours et le changement stratégique, notamment au travers de la notion de *sensemaking* (Weick, 1995). Abdallah et Langley (2014) utilisent le terme de consommation pour décrire la façon dont les destinataires du discours vont interpréter et l'enacter. S'appuyant sur de Certeau (1988), elles considèrent que les consommateurs du discours stratégique ne sont jamais ni entièrement passifs ni dociles, mais libres de l'interpréter de multiples manières. Analysant un cas de planification stratégique dans une organisation culturelle, les auteurs montrent que le discours ambigu est interprété différemment par les acteurs, conduisant à des effets et mises en œuvre multiples et variés. Dans une perspective proche, Suominen and Mantere (2010) identifient trois tactiques de « consommation » d'un même discours stratégique par des managers : « instrumentale » lorsque l'individu s'approprie le discours pour parvenir aux fins souhaitées ; « espiègle » s'il s'appuie sur l'ironie, le ridicule et le cynisme pour discréditer la stratégie, « intime » enfin s'il voit dans la stratégie une source d'amélioration potentielle ou au contraire une menace pour son identité.

Si la compréhension des destinataires du discours stratégique ne semble pas facilitée par les formulations ambiguës, ces derniers peuvent finalement interpréter et utiliser le discours de multiples façons, montrant ainsi un discours dont les effets performatifs sont variables. Il convient de souligner que par effet performatif, les recherches dépassent la dimension illocutoire du discours stratégique pour s'intéresser à sa performativité perlocutoire – autrement dit les conséquences en termes d'adhésion, de mobilisation et de sens des destinataires des discours-, sans pour autant mobiliser cette notion.

La légitimité du locuteur est également une condition évoquée très tôt par Austin puis reprise par Searle lorsqu'ils décrivent les conditions de réussite de l'acte illocutoire. Le locuteur a-t-il l'autorité suffisante pour donner un ordre à une autre personne, le statut adéquat pour prononcer l'union de deux individus ? Weber (1958) indique très tôt que l'autorité peut être légitimée de plusieurs façons : rationnelle, en accord avec les lois et règles existantes ; traditionnelle, au regard des traditions et coutumes ; charismatique selon des caractéristiques et qualités personnelles particulières. Dans une étude des discours des dirigeants, Kahane (2005) analyse le succès du discours de Steve Jobs, lorsque ce dernier entreprend de réorienter Apple du secteur informatique vers celui de la distribution de musique en ligne. À l'origine d'Apple et de son

renouveau, Steve Jobs, également dirigeant et principal actionnaire de Pixar, entreprise renommée dans le secteur du contenu créatif, est légitime, non seulement par les ressources et le réseau dont il dispose, mais également par le respect de la « promesse d'avant la promesse » (Ricoeur, 1985) sur laquelle s'appuie la nouvelle promesse de son nouveau discours (Kahane, 2005).

Ambroise (2009) rappelle cependant ici que l'efficacité illocutoire dépend toujours de la reconnaissance obtenue par le locuteur lorsqu'il prononce certains mots. La réussite de l'énoncé performatif du dirigeant n'est pas entièrement liée à ses intentions ni aux mots qu'il emploie mais dépend ainsi pour beaucoup des destinataires du discours, de leur compréhension et de l'autorité et légitimité qu'ils attribuent au dirigeant dans la prononciation de ces actes de langage (voir également Cooren, 2001).

1.4 EFFETS ILLOCUTOIRES, EFFETS PERLOCUTOIRES : LE RAPPEL DE COOREN (2001)

La conception de la performativité issue des philosophes du langage met ainsi fortement l'accent non seulement sur les conventions que doivent respecter les actes de langage, la compréhension du destinataire, mais aussi sur les intentions et le statut du locuteur. Cooren (2001), s'appuyant notamment sur les travaux de Derrida, critique le rôle prépondérant accordée dans cette conception à l'intention du locuteur dans la réussite de l'énoncé. Pour lui, tout énoncé prend une forme d'autonomie et il n'est pas nécessaire que le locuteur ait l'autorité nécessaire pour pouvoir réaliser un ordre. L'enfant qui prononce un ordre à l'intention de ses parents, n'a sans doute pas l'autorité suffisante pour le faire et pourtant l'acte illocutoire est réussi, une nouvelle réalité a bien été créée, un ordre a été donné. En utilisant la convention relative à l'ordre, l'enfant réussit son acte de langage (donner un ordre) quand bien même il n'a pas l'autorité pour le faire. En revanche, on peut prévoir que l'ordre ne sera pas suivi des conséquences attendues par l'enfant. L'acte illocutoire réussit mais l'acte perlocutoire attendu échoue. D'autres effets perlocutoires pourront néanmoins être produits et la réponse des parents à cet ordre pourrait être un autre ordre, ou encore le rire.

Il convient donc toujours, on l'a vu, de distinguer dans l'analyse de la performativité d'un énoncé, les effets et conditions liés à la performativité illocutoire et ceux liés à la performativité

perlocutoire, aspects à notre connaissance le plus souvent occultés dans les travaux portant sur le discours stratégique. À cette confusion s'ajoute celle du niveau de discours le plus souvent étudié par les recherches en management. Si Austin et Searle s'intéressent à des énoncés prononcés entre des personnes, les travaux portant sur les effets des discours traitent le plus souvent de plans stratégiques, de projets, de discours officiels, renvoyant donc à un niveau mésoscopique.

Revenant largement sur la distinction entre aspect perlocutoire et illocutoire et replaçant le débat au niveau microscopique, Cooren (2001) souligne qu'un effet perlocutoire ne peut être obtenu sans recours à la rhétorique, art de la persuasion au travers duquel le locuteur tentera de lier le contenu de son discours aux valeurs et désirs de l'interlocuteur. Étudiant la stratégie de communication du groupe Lafarge, Chanal et Tannery (2005) montrent ainsi que l'art de persuasion du dirigeant réside dans cette capacité à adapter sa rhétorique face à ses différents interlocuteurs. Si Austin et Searle – avec la plupart des chercheurs étudiant les discours stratégiques n'en analysent que les effets ponctuels, Cooren (2001) et Fairhurst (2007) soulignent enfin que le sens d'un acte discursif est lié à l'ensemble des actes de langage qui le précèdent et ceux qui le suivent. L'acte de langage n'est plus isolé mais prend place au sein de contextes plus larges, les actes de langage se répondent les uns aux autres, renforçant ou atténuant leurs effets performatifs : si je réponds par une promesse à un ordre qui m'a été donné, l'ordre gagne en force performative et le risque d'échec s'amointrit.

Dans une perspective proche, Ford et Ford (1995) se réfèrent à la classification des actes de langage de Searle (1972) pour montrer le rôle de l'enchaînement dans le temps des conversations entre les acteurs dans la construction d'un changement intentionnel. A partir d'une analyse théorique, les auteurs expliquent ainsi que réussir un changement intentionnel nécessiterait de recourir à plusieurs types de conversations : celles initiant le changement (caractérisées par des actes assertifs, directifs ou promissifs), celles permettant la compréhension et la création de sens (caractérisées par des actes assertifs et expressifs), celles visant la réalisation d'actions (caractérisées par des actes directifs et promissifs) et enfin celles clôturant le changement (caractérisées par des actes assertifs, expressifs et déclaratifs).

Ces aspects temporels et perlocutoires de la performativité ont été plus particulièrement mis en avant par Judith Butler.

2. BUTLER : TEMPORALITE ET SUBVERSION DE LA PERFORMATIVITE

Philosophe américaine, Judith Butler (1990 ; 1997) se réapproprie dans un premier temps le concept de performativité d'Austin (1970) pour étudier les questions de construction du genre dans son ouvrage *Gender Trouble*.

2.1 LA REPETITION AU FONDEMENT DE LA PERFORMATIVITE

Distinguant le sexe biologique du genre, Judith Butler (1990) met en avant l'idée que le genre se construit socialement au travers de pratiques. À l'opposé d'une conception considérant le genre comme préexistant aux actes, Butler défend que ce sont les actes qui construisent l'identité, créant une sorte d'illusion convaincante qui devient un objet de croyance. Dans cette perspective, ce qui est appelé identité du genre est en réalité une performance, contrainte par les tabous et conventions sociales. Considérer que le genre est une construction sociale permet d'imaginer que ce genre peut être construit différemment, autrement dit qu'il réside dans cette construction performative une possibilité de subversion.

Quelques années après ce premier ouvrage, Butler (1997) étudie la performativité du discours injurieux. Elle s'interroge plus particulièrement sur le pouvoir de blesser du discours et met en avant une conception également subversive de la performativité. Les discours, souligne-t-elle, peuvent être réutilisés à d'autres fins que leurs finalités premières, atténuant ou renforçant leurs effets. Ainsi, les discours injurieux peuvent être objet de réinterprétations, de re-significations et revêtir des significations nouvelles, positives. Le détournement par les communautés gays et lesbiennes du mot *queer* à l'origine insultant, la réappropriation par les groupes de rap noirs américains du qualificatif *nigger*, laissent ainsi penser que le discours peut être ré-adressé à son auteur dans d'une forme différente, provoquant un renversement de ses effets. À l'inverse, Hodgson (2005) montre qu'un discours à valeur positive, relevant le caractère professionnel du métier de chef de projet, peut être détourné par ces derniers, devenant source de parodies et de moqueries. Dans une perspective proche, Taylor et Bain (2003) mettent en lumière comment les salariés dans les *call centers* utilisent, en le détournant, le langage de l'organisation pour dénoncer certaines de ces pratiques (le recours systématique aux réunions, la surveillance des employés par exemple).

La performativité au sens de Butler diffère donc largement de celle d'Austin en lui attribuant un caractère aléatoire où la possibilité de subversion du discours est toujours présente, qu'elle soit intentionnelle ou non. Elle met ainsi en avant la notion d'itérabilité du discours chère à Derrida (1972), indiquant qu'il existe toujours une différence, une altération plus ou moins importante du discours initial lors de la répétition. Dès lors, le discours a un pouvoir variable et précaire, indiquant une performativité de nature discursive et normative qui ne se réduit pas à une série d'actes de discours isolés, mais qui, au contraire s'articulent au sein d'une chaîne de re-significations dont l'origine et les effets sont toujours incertains.

Dans son analyse de la construction du genre, Butler (1990) avance ainsi l'idée que c'est la répétition d'actes en correspondance avec le genre socialement acceptable (une norme) qui permet à ce dernier de perdurer. C'est en se comportant comme une femme telle qu'imaginée et construite socialement que cette identité du genre femme continue d'exister et de performer. De la même façon, en étudiant le discours raciste et injurieux, Butler (1997) montre que ce discours tire toute sa force de ses répétitions et de son inscription dans d'autres discours. En effet, le discours injurieux a d'autant plus de poids et de force qu'il fait suite à d'autres discours de même nature et qu'il renvoie à d'autres expériences injurieuses (Allard-Poesi et Huault, 2012). Dans une perspective similaire, Fauré (2010) souligne l'importance de l'inscription des textes et paroles dans une méta-textualité plus grande (i.e. le fait que les textes réfèrent à d'autres textes) de même que leur ancrage conversationnel (i.e. le fait que les textes ou paroles hantent les conversations, voir Cooren, 2004).

Cette mise en lumière de l'importance de la temporalité et de la répétition chez Butler se distingue donc de la conception Austinienne de la performativité, où l'énoncé n'est performatif qu'au regard du respect d'une procédure conventionnellement établie à un moment donné. Dans la conception Butlerienne, la force de la répétition du discours supplante les intentions et le statut du locuteur. Le locuteur est secondaire, ne pouvant garder la maîtrise de l'énonciation puisque le langage (son historicité, ses conventions) excède toujours celui qui l'utilise. Au travers de son discours, le locuteur répète un ensemble d'histoires, de normes et d'agencements du discours qu'il ne maîtrise pas forcément. Butler s'oppose donc à la thèse d'Austin qui présente le caractère offensant d'un acte de discours comme lié nécessairement aux intentions du locuteur et à son statut. Pour Butler, la situation du discours n'est pas le contexte immédiat, qui pourrait être défini par des frontières spatiales et temporelles. La force du discours injurieux

réside dans son caractère au contraire non anticipé et dans la chaîne de répétitions dans laquelle il s'inscrit.

La possibilité de subversion et la force de la répétition constituent donc deux caractéristiques centrales de cette conception de la performativité défendue par Judith Butler. Et si la répétition est une condition nécessaire à la performativité du discours c'est également au travers de la répétition qu'il est possible de subvertir le discours.

2.2 L'INSCRIPTION TEMPORELLE DU DISCOURS STRATEGIQUE

Sans revendiquer cette conception du discours, plusieurs travaux de recherche portant sur le discours stratégique soulignent le rôle de la répétition dans le temps et par différents acteurs du discours stratégique. Étudiant les relations entre stratégie, discours et pratiques, Hardy et Thomas (2014) rendent compte de la dimension temporelle dans la mise en œuvre du discours stratégique. S'ils n'utilisent pas à proprement parler le terme de performativité, les auteurs se réfèrent à l'agentivité textuelle définie par Cooren (2004) et utilisent les termes de « pratiques d'intensification » du discours pour rendre compte des pratiques permettant au discours d'accroître ses effets. À partir d'une étude empirique traitant d'un changement stratégique opéré par une entreprise de télécommunications européenne, les auteurs se sont centrés sur deux volets principaux du discours stratégique de changement : un premier traitant de la volonté d'« être rentable » et un second sur celle d'être « les premiers, les meilleurs ». Leur analyse rend compte de six pratiques d'intensification du discours stratégique dont l'une consiste à rattacher les actions mises en œuvre au discours stratégique initial, opérant ainsi un chaînage entre discours, une forme de répétition. Les auteurs rendent également compte d'une différence de performativité entre les deux discours. En effet, le discours « être rentable » est intensifié par davantage de pratiques différentes que le second, impliquant lui davantage d'acteurs, et s'inscrivant plus durablement dans le temps.

Hardy, Palmer et Phillips (2000) étudient également la façon dont le discours peut « prendre » dans un environnement donné. S'appuyant sur l'analyse d'une ONG intervenant en Palestine, les auteurs montrent que le discours acquiert d'autant plus de force qu'il s'inscrit au fur et à mesure au sein de symboles, d'énoncés, de métaphores faisant sens auprès d'acteurs de plus en plus nombreux, relations allant jusqu'à modifier les relations et discours futurs. Ces travaux

rejoignent ainsi l'analyse de Judith Butler selon laquelle le discours tire sa force de sa répétition (par divers acteurs, à de multiples moments) ainsi que de son inscription dans d'autres discours. Au-delà de ces pratiques d'intensification via la répétition, Hardy et Thomas (2014) étudient les discours de résistance émis par des employés, les syndicats, la presse. Dans le cadre du discours stratégique « être rentable », les auteurs montrent un discours alternatif, celui des syndicats et du gouvernement, qui met en avant des valeurs nationalistes et égalitaristes. Ils transforment alors le discours présentant les réductions de coûts comme inévitables et bénéfiques en mesures inacceptables pour des raisons nationales d'éthique et d'équité. Cependant, ce discours alternatif ne trouve pas écho au sein de l'organisation et n'est pas repris par les salariés, renforçant alors la performativité du discours initial. À l'inverse, les auteurs rendent compte d'une résistance au discours « être les premiers, les meilleurs », discours initié par les médias et repris de manière diffuse, de manière autonome, au sein de l'entreprise de télécommunications par des acteurs divers (et notamment les managers intermédiaires). Cette subversion non intentionnelle du discours a pour effet d'affaiblir la force du discours stratégique initial, qui perd en pertinence pour de nombreux acteurs. Ces résultats montrent l'effet tout relatif des discours subversifs, qui, lorsqu'ils relèvent d'initiatives délibérées, conduisent ironiquement à un renforcement du pouvoir du discours, au contraire de ceux qui sont simplement repris et répétés par les acteurs sans intention particulière. La subversion semble ainsi d'autant plus effective qu'elle est non intentionnelle, discrète plutôt qu'organisée et délibérée.

Dans le cadre du changement stratégique, le rôle des managers, de par leur position intermédiaire au sein de l'organisation, a également été largement étudié. Les études leur attribuent ainsi un rôle essentiel dans la reprise du discours stratégique puisqu'ils sont, dans bien des cas, chargés de transmettre et de traduire le discours de manière opérationnelle pour les destinataires finaux du changement (Balogun et Johnson, 2004 ; 2005). Et si pour Rouleau (2005), le succès et la réussite d'un changement stratégique dépend de la capacité des managers à faire sens de la nouvelle orientation auprès de leurs collaborateurs, la reprise du discours par les managers lors de leurs conversations et interactions joue sans doute également un rôle important dans cette réussite de la stratégie. Ce rôle particulier de traduction entre le discours de la direction et la réalité opérationnelle des collaborateurs accroît très probablement la possibilité pour les managers intermédiaires de subvertir de façon volontaire ou involontaire le discours initial.

3. CALLON : UNE PERFORMATIVITE SOCIOTECHNIQUE

Le concept de performativité a également été largement mobilisé dans le cadre des *science studies*, centrées sur l'incidence des connaissances et méthodes scientifiques sur la réalité sociale (Muniesa et Callon, 2009). S'inscrivant plus particulièrement dans le champ de la sociologie économique, Callon (1998) est l'un des premiers à porter un intérêt particulier à la performativité des sciences économiques à laquelle il va consacrer plusieurs ouvrages : *The Laws of the Markets* (1998), *Market Devices* (2007) – en collaboration avec Muniesa-, et *Do Economists Make Markets ?* (2007) – en collaboration avec MacKenzie, Muniesa et Siu -.

3.1 DES DISCOURS ECONOMIQUES AUX PRATIQUES

Alors qu'Austin et Searle envisagent le discours à un niveau microscopique et ponctuel, et Butler à un niveau intermédiaire et dans sa dimension historique, Callon (1998) inscrit sa conception du discours à un niveau macroscopique, s'intéressant aux effets des théories et discours scientifiques sur le fonctionnement économique. Pour lui, les sciences économiques ne décrivent pas une économie préexistante mais font naître cette économie. Elles *performent* l'économie en créant les phénomènes qu'elles décrivent. Il s'agit ici d'une performativité principalement perlocutoire, où les effets produits par les discours peuvent être à la fois attendus ou inattendus.

Pour Denis (2006), MacKenzie et Callon voient dans la lente stabilisation des énoncés mis à l'épreuve des situations réelles, l'essence même de la performativité et c'est lorsqu'ils arrivent à durer, c'est-à-dire à s'inscrire dans le monde (par l'intermédiaire d'objets, de textes, de dispositifs techniques complexes) que leur performativité s'accomplit. Callon (1998) s'extrait ainsi d'une définition purement langagière de la performativité pour y adjoindre une dimension matérielle, modifiant dès lors profondément le sens que lui accordent traditionnellement les philosophes du langage.

Parmi, les études traitant de la performativité des sciences économiques, Muniesa et Callon (2009) vont distinguer deux types d'études selon leur intérêt pour les aspects principalement discursifs ou matériels de la performativité. D'un côté, il y aurait les recherches relevant d'une

conception Austinienne de la performativité (qualificatif emprunté à MacKenzie, 2007), celles qui s'intéresseraient principalement au langage, ce qui est dit par la science économique, les théories et idées et de leurs effets attendus – le perlocutoire attendu ; de l'autre, il y aurait les recherches envisageant les sciences économiques sous l'angle des pratiques, du faire et dont l'objectif serait d'étudier les agencements socio-techniques sous-tendant la construction des mondes économiques.

Dans cette conception générique de la performativité (MacKenzie, 2007), la performativité est associée à l'effectivité d'éléments de théorie économique (un modèle, un concept, une hypothèse), c'est-à-dire leur incidence sur les pratiques des agents économiques.

Il y a donc, pour Muniesa et Callon (2009), deux types de performativité : celle qui, au travers de son énoncé, produit une nouvelle réalité en accord avec le contenu de cet énoncé, et celle qui au travers de cet énoncé, a des conséquences non prévisibles sur les pratiques, dispositifs et agencement du monde économique. Pour distinguer ce deuxième type de performativité, Muniesa et Callon (2009) utilisent le terme de *performance* pour insister sur le fait que « performer est une action, un travail », collectif le plus souvent. La performance renvoie ainsi à un ensemble d'activités et d'évènements qui instaurent ou modifient un agencement.

D'un point de vue théorique, ce type d'orientation vers les arrangements sociotechniques est à rapprocher de la théorie de l'acteur-réseau. En effet, se distinguant d'autres approches constructivistes, la sociologie de l'acteur-réseau ou sociologie de la traduction (Callon, 1986 ; Latour, 2005) considère avec autant d'intérêt les entités humaines et non humaines dans la construction du monde qui nous entoure. Que ce soient des facteurs organisationnels, techniques ou discursifs, tous sont considérés dans cette conception comme d'importance équivalente dans l'analyse de la construction de la réalité.

De la même façon que Butler traite de chaînes de re-significations, les auteurs de la théorie de l'acteur-réseau considèrent que les relations au sein du réseau se réalisent au travers d'opérations de « traduction » ou des chaînes de transformations successives par lesquelles les acteurs individuels ou collectifs agissent en porte-parole et tentent d'enrôler de nouveaux acteurs. Les discours, sciences et théories circulent par traductions successives et continues, constituant une adaptation progressive des connaissances mais toujours susceptible d'être remise en cause au travers de controverses.

De par sa nature déléguée et ses multiples traductions, Cochoy (2010) rappelle également que ce qui est performé ne correspond jamais exactement au message prononcé. Si cette conception

semble proche de Butler, elle s'en démarque en mettant en avant l'importance du travail collectif dans la construction de nouvelles réalités, alors que Butler en privilégie la dimension temporelle et non intentionnelle.

Pour que les faits ou théories accèdent à une certaine performativité, il leur est nécessaire de s'engager dans des chaînes de traduction, de consolider l'assemblage des éléments qui le composent, leur permettant ainsi d'acquérir le statut de *matters of fact*. Cette circulation nécessite un travail collectif sans lequel ce qui est performé se délite et finit par disparaître (Denis, 2006, p. 6). Ces performatifs nécessitent également un travail complexe impliquant des collectifs hétérogènes (humains et non humains). Ce qui compte dans ce travail, c'est d'altérer la composition du collectif en y intégrant de nouveaux objets, en négociant avec de nouveaux sujets, en enrôlant différents éléments qui vont chacun venir renforcer la performativité de l'énoncé. Il s'agit également d'un travail perpétuel, puisque ce qui est performé ne l'est jamais une fois pour toute, un travail est toujours nécessaire. Denis et Pontille (2010) utilisent le terme de travail de maintenance et montrent, au travers d'une analyse de la signalétique, la fragilité de la performativité si bien que des actions doivent être mises en œuvre pour la maintenir.

3.2 DU DISCOURS AUX PRATIQUES STRATEGIQUES

S'appuyant sur les travaux de Callon, d'autres recherches plus récentes étudient quant à elles la performativité de certaines théories organisationnelles sur les pratiques des organisations. D'Adderio et Pollock (2014) s'intéressent ainsi à la performativité de la théorie de la modularité dans la constitution des organisations tandis que Cabantous et Gond (2011) mettent en avant qu'un certain discours (i.e celui de la théorie d'un choix rationnel) est enacté ou performé par les acteurs dans leurs prises de décision lorsque ce discours repose sur des outils (tels que les arbres de décisions ou des logiciels de planification budgétaire).

Si ces travaux mettent en avant la performativité de discours en tant que savoir sur les pratiques des organisations, d'autres montrent également à un niveau plus mésoscopique, l'importance de l'ancrage du discours stratégiques dans des dispositifs sociotechniques. S'appuyant sur une conception Foucauldienne du discours stratégique, Ezzamel et Willmott (2008) étudient la force du discours stratégique et les aspects matériels en montrant la façon dont le discours stratégique orienté sur la rentabilité est enacté au travers de nouvelles pratiques et technologies de

comptabilité. C'est en ancrant le discours au sein de pratiques et de technologies que le discours voit son effet performatif s'accomplir. De la même façon, Hardy et Thomas (2014) montrent que les discours stratégiques ont d'autant plus de force qu'ils sont liés à certaines pratiques d'intensification de la stratégie, on l'a vu. Par pratiques d'intensification, les auteurs entendent, aux côtés de la planification de la stratégie dans le temps, le design de la nouvelle organisation, l'attribution de certaines actions à certaines personnes qui devront rendre compte de leur avancement.

Il est cependant des cas où les énoncés, théories, formules économiques échouent, où le réel n'est pas performé et où certaines activités agencées différemment résistent à la performance par les théories économiques. Dumez et Jeunemaitre (2010) montrent ainsi au travers d'une étude de cas portant sur la gestion du trafic aérien que la théorie économique échoue à transformer cette industrie en marché ou autrement dit, échoue à remplacer une performativité juridique par une performativité économique.

Dans une perspective comparable, D'Adderio et Pollock (2014), en étudiant la théorie de la modularité, montrent comment celle-ci devient performative dans le temps, mais plus particulièrement comment celle-ci se retrouve en « compétition » avec d'autres théories au sein de l'organisation. L'existence ou non de discours alternatifs semble donc être un point essentiel. Toutefois, les conditions de réussite et d'échecs de ces discours par rapport à d'autres restent à étudier.

CONCLUSION ET DISCUSSION

À travers ces différentes approches (voir tableau de synthèse ci-après), il apparaît que la performativité est étudiée principalement sous deux aspects : illocutoire tout d'abord, où ce qui est dit crée une nouvelle réalité au moment et par le fait de son énonciation, et perlocutoire ensuite, où ce qui est dit crée une nouvelle réalité en conséquence de l'énonciation. Ces deux aspects, quoi que souvent confondus dans les recherches portant sur les discours stratégiques, mettent en avant des conditions de performativité bien distinctes. Nous revenons donc ici sur les points communs et différences des conceptions de la performativité des auteurs étudiés et soulignons, compte tenu de ces conditions, la fragilité des discours stratégiques.

Tableau de synthèse des trois conceptions de la performativité

Auteurs phares	Définition de la performativité	Niveau du discours étudié	Nature de la performativité	Conditions de la performativité	Type de conceptions performativité
Austin - Searle	La performativité est le fait pour un élément linguistique de constituer lui-même l'action qu'il décrit lors de son énonciation.	Niveau microscopique	Illocutoire essentiellement	- Respect et reconnaissance de certaines conventions et procédures - Intentions et autorité du locuteur - Compréhension et interprétation de l'interlocuteur	Performativité linguistique
Butler –	La performativité ne se réduit pas à une série d'actes de discours isolés mais s'inscrit au sein d'une chaîne de re-significations dont l'origine et les effets restent incertains.	Niveau mésoscopique	Illocutoire Perlocutoire attendue et non attendue	- Répétitions et re-significations du discours	Performativité discursive et normative
Callon Latour	La performativité s'accomplit lorsqu'un énoncé réussit à s'inscrire durablement dans le monde par l'intermédiaire d'objets, de textes, de dispositifs techniques complexes. La performance est un ensemble d'activités et d'évènements qui instaurent ou modifient un agencement.	Niveau mésoscopique/macroscopique	Perlocutoire attendue et non attendue	- Inscriptions matérielles - Travail collectif et continu - Degré de concurrence entre discours	Performativité sociotechnique

Nous discutons ensuite des dimensions illocutoires et perlocutoires du discours stratégique. Ces éléments invitent à relever l'utilité mais également la faible mobilisation des travaux sur la performativité dans les recherches portant sur le discours stratégique, ouvrant la voie à de nouvelles questions de recherche.

Austin (1970) et Searle (1972) étudient principalement la force illocutoire des énoncés et indiquent alors comme conditions de performativité l'existence et le respect de conventions liées à l'acte, la compréhension du destinataire, les intentions et le statut du locuteur. Remettant en cause les intentions et le statut du locuteur comme conditions de performativité illocutoire, Cooren (2001) considère que les mots ont en eux-mêmes le pouvoir de faire agir, et ce indépendamment de celui qui prononce ou écrit l'acte de langage.

Adoptant un point de vue proche, la conception de Butler (1990) de la performativité semble également difficilement compatible avec celle de Searle et d'Austin. Alors que ces derniers placent au centre de leur analyse le locuteur et ses intentions, Butler met en avant une performativité illocutoire du discours indépendante du locuteur.

De plus, s'intéressant plus particulièrement aux effets perlocutoires du discours, Butler (1990) indique que la condition première de performativité du discours est sa répétition. C'est au travers de ses répétitions que le discours acquerrait une certaine force. Elle voit également dans la performativité une possibilité de subversion. Il existerait dans la répétition une possibilité de subvertir le discours, de façon intentionnelle ou non. En reprenant la théorie des actes de langage d'Austin, et en particulier ses dimensions conventionnelles et normatives, Butler (1997) souligne donc l'inscription temporelle du discours. Il s'exprime avant tout au sein de chaînes de répétitions, de re-significations et il est par ailleurs toujours possible d'en atténuer ou d'en renforcer les effets. Certains mots ou expressions sont conventionnellement des insultes, mais Butler s'intéresse davantage aux conséquences de cet acte illocutoire, autrement dit à sa force perlocutoire : dans quelle mesure la personne insultée se sent-elle blessée par ces propos ?

Si Butler étudie davantage les aspects perlocutoires et temporelles de la performativité, Muniesa et Callon (2009) mettent en avant la dimension matérielle de la performativité. Pour eux, c'est au travers de son inscription dans des agencements sociotechniques que l'énoncé réussirait à devenir performatif. Callon (1998) s'extrait également d'une dimension illocutoire de la performativité en étudiant principalement les conséquences de l'énonciation de certaines

théories économiques sur les marchés financiers. Rejoignant Butler, il considère qu'un travail est toujours nécessaire pour faire perdurer le performatif, celui-ci étant toujours en sursis.

Mais alors que Butler envisage le discours comme un acte matériel (voir Butler, 1993), la conception de Muniesa et Callon donne à penser que ce dernier dispose d'une plus grande fragilité, rendant nécessaire son ancrage dans des agencements socio-techniques.

Dans le cadre du discours stratégique de changement, les deux dimensions de la performativité à savoir illocutoire et perlocutoire ont tout leur intérêt, cependant qu'elles sont rarement explicitées dans les travaux existants. Qu'en est-il de la force illocutoire du discours au moment de son énonciation ? Est-ce que ce qui est dit dans le discours est bien ce qui est compris par les destinataires de ce discours ? Cette condition semble être un préalable à la réussite du discours et à sa force perlocutoire. En effet, comment participer d'un processus de changement si je n'ai pas reconnu que le discours était porteur d'un tel changement ? La dimension perlocutoire, celle des effets produits par le discours, peut être déclinée sous deux angles : celui des effets attendus (j'exécute l'ordre qui m'a été donné, je m'implique dans le processus de changement) et celui des effets inattendus (je décide de répondre par un autre ordre à mon interlocuteur, de ne pas m'impliquer). Pour créer l'un ou l'autre de ces effets perlocutoires (attendus ou non attendus), les recherches présentées soulignent principalement les rôles de la rhétorique (Cooren, 2001), de la répétition du discours dans le temps et par divers acteurs (Butler, 1997), et de l'inscription du discours dans des dispositifs pratiques et matériels (Muniesa et Callon, 2009).

Il semble cependant important de considérer que le discours s'inscrit toujours dans un contexte où d'autres discours existent, qu'ils soient fortement visibles ou non, mais rendant les discours potentiellement concurrents. La performativité du nouveau discours est alors limitée par ces autres discours, l'empêchant de prendre au sein de cette organisation. Il s'agirait alors d'affaiblir les autres discours pour voir se développer la performativité du nouveau discours stratégique. Néanmoins, comme nous le montre Hardy et Thomas (2014), la subversion d'un discours n'est ni évidente ni forcément volontaire, et les tentatives affichées de subversion du discours peuvent amener au contraire à le renforcer.

Enfin, alors que les études en management stratégique ont tendance à voir dans les discours un ressort essentiel de construction de la réalité sociale, il semble ici qu'un discours doit répondre à de nombreuses conditions pour produire certains effets performatifs. Ce point rejoint l'analyse d'Alvesson et Kärreman (2011), pour qui les discours ont des forces variables, loin d'être tout puissants. Ils peuvent certes construire de nouvelles réalités mais peuvent également n'avoir que des effets très limités, voire pas d'effets du tout. Il reste maintenant à étudier empiriquement le rôle de ces différentes conditions, afin de mettre au jour ce qui contribue à la performativité du discours. Autrement dit, dans quelle mesure les différentes conditions de performativité se retrouvent-elles dans le cadre d'un discours stratégique ? Peut-on, ou doit-on comme le suggère l'examen des travaux séminaux d'Austin, de Butler et de Callon, distinguer différents niveaux de discours auxquels attacher différentes conditions ? Y-a-t-il, parmi les conditions envisagées, des conditions nécessaires et suffisantes ? D'autres plus accessoires ? Certaines conditions induisent-elles des effets attendus ? D'autres des effets inattendus ? Enfin, on peut également se demander dans quelle mesure un discours porteur de changement, par nature en/de rupture peut-il avoir un effet, et ce alors que l'inscription temporelle de ce discours et la capacité à le relier à d'autres discours, constituent, pour Butler et Callon notamment, une condition de sa performativité ?

La réflexion autour des conditions de performativité du discours stratégique, si elle en révèle toute la fragilité, ouvre ainsi sur de nombreuses questions et pistes de réflexions susceptibles de nourrir les recherches futures.

REFERENCES

- Abdallah, C. et A. Langley (2014), The Double Edge of Ambiguity in Strategic Planning, *Journal of Management Studies*, 51 : 2, 235-264.
- Allard-Poesi, F. (à paraître), Dancing in the Dark, Marking Sense of Managerial Roles during Strategic Conversations, *Scandinavian Journal of Management*.
- Allard-Poesi, F. (2015), A Foucauldian Perspective on Strategic Practice: Strategy as the Art of (Un)folding », *in* D. Golsorkhi, L. Rouleau, D. Seidl et E. Vaara (Eds.), *Strategy as Practice, Theory, Epistemology, Methodology*, 2nd edition, Cambridge : Cambridge University Press.
- Allard-Poesi, F. et I. Huault (2012), Judith Butler et la Subversion des Normes. Pouvoir être un Sujet, *in* O. Germain (dir.), *Les Grands Inspirateurs de la Théorie des Organisations*, Mondeville : EMS.
- Alvesson, M. et D. Kärreman (2000), Taking the Linguistic Turn in Organizational Research Challenges, Responses, Consequences, *The Journal of Applied Behavioral Science*, 36 : 2, 136-158.
- Alvesson, M. et D. Kärreman (2011), Decolonializing Discourse: Critical Reflections on Organizational Discourse Analysis, *Human Relations*, 64 : 9, 1121-1146.
- Ambroise, B. (2009), Une Conception Non-Scolastique de l'Efficacité Linguistique : Bourdieu lecteur d'Austin, *in* A. M. Lescourret (dir.), *Pierre Bourdieu, un philosophe en sociologie*, Paris : Presses Universitaires de France, 65-88
- Austin, J. L. (1970), *Quand dire c'est faire*, Paris : Éditions du Seuil, traduction française de *How to do Things with Words* (1962), Oxford: Oxford University Press.
- Balogun, J. et G. Johnson (2004), Organizational Restructuring and Middle Manager Sensemaking, *Academy of Management Journal*, 47 : 4, 523-549.
- Balogun, J. et G. Johnson (2005), From Intended Strategies to Unintended Outcomes: The Impact of Change Recipient Sensemaking, *Organization Studies*, 26 : 11, 1573-1601.
- Barry, D. et M. Elmes (1997), Strategy Retold: Toward a Narrative View of Strategic Discourse, *Academy of Management Review*, 22, 429-452.
- Boje D. M. (1991), The Storytelling Organization : A study of Story Performance in an Office-Supply Firm, *Administrative Science Quarterly*, 36, 106-26.
- Boje, D. (1995), Stories of Storytelling Organization: A Postmodern Analysis of Disney as "Tamara-Land", *Academy of Management Journal*, 38: 4, 997-1035.

- Butler, J. (1990), *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*, London: Routledge.
- Butler, J. (1993), *Bodies That Matter*. New York: Routledge.
- Butler, J. (1997), *Excitable Speech: a Politics of the Performative*, London: Routledge.
- Cabantous, L. et J.-P Gond (2011), Rational Decision-Making as Performative Praxis: Explaining Rationality's Eternal Retour, *Organization Science*, 22: 3, 573-586.
- Callon, M. (1986), *Éléments pour une Sociologie de la Traduction : la Domestication des Coquilles Saint-Jacques et des Marins-Pêcheurs dans la Baie de Saint-Brieuc*. *L'Année Sociologique*, 36 : 169-208.
- Callon, M. (1998), *The Laws of the Markets*, Oxford: Blackwell.
- Chanal, V. et F. Tannery (2005), La Communication de la Stratégie ou l'Art de Persuader, *Revue Française de Gestion*, 159 : 6, 165-186.
- Cochoy, F. (2010), Comment Faire des Affaires avec des Mots-Choses : Presse Commerciale et Performative (Progressive Grocer, 1929-1946), *Réseaux*, 163 : 5, 77-103.
- Cooren, F. (2001), *The Organizing Property of Communication*, Amsterdam/
- Cooren, F. (2004), Textual Agency: How Texts Do Things in Organizational Settings, *Organization*, 11 : 3, 373-393.
- D'Adderio, L. et N. Pollock (2014), Performing Modularity: Competing Rules, Performative Struggles and the Effect of Organizational Theories on the Organization, *Organization Studies*, 35:12, 1813-1843.
- De Certeau, M. (1988), *The Practice of Everyday Life*, Berkeley: University of California Press.
- Denis, J. (2006), Préface : Les Nouveaux Visages de la Performativité, *Études de Communication*, 29, 8-24.
- Denis, J. et D. Pontille (2010), Performativité de l'Écrit et Travail de Maintenance, *Réseaux*, 163 : 5, 105-130.
- Derrida, J. (1972), *Marges de la Philosophie*, Paris : Editions de Minuit.
- Dumez, H. et A. Jeunemaître (2010), Michel Callon, Michel Foucault and the «Dispositif», *Le Libellio d'Aegis*, 6 : 4, 27-37.
- Eisenberg E. M. (1984), Ambiguity as Strategy in Organizational Communication. *Communication Monographs*, 51, 227-242.

Ezzamel, M. et H. Willmott (2008), Strategy as Discourse in a Global Retailer: A Supplement to Rationalist and Interpretive Accounts, *Organization Studies*, 29 : 2, 191-217.

Fairclough, N. (1992), *Discourse and Social Change*, Cambridge: Polity Press

Fairhurst, G.T. (2007), Discursive Leadership. In *Conversation With Leadership Psychology*, Thousand Oaks: Sage.

Fauré, B. (2010), L'Agentivité Textuelle Entre Metatextualité et Performativité: Le Cas des Opérguid dans l'Industrie Pétrochimique, *Études de communication*, 34 : 1, 61-74.

Fleming, P. et A. Spicer (2003), Working at a Cynical Distance: Implications for Power, Subjectivity and Resistance, *Organization*, 10 : 1, 157-179.

Foucault, M. (1991), Politics and the Study of Discourse *in* G. Burchell, C. Gordon & P. Miller (dir.), *The Foucault Effect, Studies in Governmentality*, Chicago: The University of Chicago Press, 53-72.

Ford, J. D. et L. W. Ford (1995), The Role of Conversations in Producing Intentional Change in Organizations, *Academy of Management Review*, 20 : 3, 541-570.

Gioia, D. A., et K. Chittipeddi (1991), Sensemaking and Sensegiving in Strategic Change Initiation, *Administrative Science Quarterly*, 12, 433-448.

Hardy, C. et R. Thomas (2014), Strategy, Discourse and Practice: The Intensification of Power, *Journal of Management Studies*, 51 : 2, 320-348.

Hardy, C., Palmer, I. et N. Phillips (2000), Discourse as a Strategic Resource, *Human Relations*, 53 : 9, 1227-1248.

Hodgson, D. (2005), 'Putting on a Professional Performance': Performativity, Subversion and Project Management, *Organization*, 12 : 1, 51-68.

Iedema R. (2007), On the Multimodality, Materiality and Contingency of Organizational Discourse, *Organization Studies*, 28 : 6, 932-47.

Kahane, B. (2005), Les Conditions de Cohérence des Récits Stratégiques de la Narration à la Nar-action, *Revue Française de Gestion*, 159 : 6, 125-147.

Knights, D. et G. Morgan (1991), Corporate Strategy, Organizations and the Subject: A critique, *Organization Studies*, 12 : 2, 251-73.

Knights, D. et G. Morgan (1995). Strategic Management, Financial Services and Information Technology, *Journal of Management Studies*, 32: 2, 191-214.

Kornberger, M. et S. Clegg (2011), Strategy as Performative Practice: The Case of Sydney 2030, *Strategic Organization*, 9 : 2, 136-162.

Kwon, W., Clarke, I. et R. Wodak (2014), Micro-Level Discursive Strategies for Constructing Shared Views Around Strategic Issues in Team Meetings, *Journal of Management Studies*, 51 : 2, 265-90.

Latour, B. (2005), *Reassembling the Social: an Introduction to Actor-Network-Theory*, Oxford: Oxford University Press

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

Lüscher, L. S. et M. W. Lewis (2008), Organizational Change and Managerial Sensemaking: Working Through Paradox, *Academy of Management Journal*, 51 : 2, 221-240.

Lyotard, J. F. (1979), *La Condition Postmoderne*, Paris : Editions de Minuit.

MacKenzie, D. A. (2007), Is Economics Performative ? Option Theory and The Construction of Derivative Markets, *in* D. A MacKenzie, F. Muniesa & L. Siu (dir.), *Do Economists Make Markets? On the Performativity of Economics*, Princeton: Princeton University Press, 54-86.

MacKenzie, D. A., Muniesa, F. et L. Siu (2007), *Do Economists Make Markets? On the Performativity of Economics*, Princeton: Princeton University Press.

McCabe, D. (2010), Strategy-as-Power: Ambiguity, Contradiction and the Exercise of Power in a UK Building Society, *Organization*, 17 : 2, 151-175.

Muniesa, F. et M. Callon (2009), La Performativité des Sciences Economiques, *in* P. Steiner & F. Vatin (dir.) *Traité de sociologie économique*, Presses Universitaires de France, 289-324. Philadelphia: John Benjamins.

Oakes, L. S., Townley, B. et D. J. Cooper (1998), Business Planning as Pedagogy: Language and Control in a Changing Institutional field, *Administrative Science Quarterly*, 43, 257-92.

Pälli, P., Vaara, E et V. Sorsa (2009). Strategy as Text and Discursive Practice: A Genre-Based Approach to Strategizing in City Administration, *Discourse & Communication*, 3: 3, 303-318.

Patriotta, G., et Spedale, S. (2009). Making Sense through Face: Identity and Social Interaction in a Consultancy Task Force, *Organization Studies*, 30: 1227-1248.

Phillips, N. et C. Oswick (2012), Organizational Discourse: Domains, Debates, and Directions, *The Academy of Management Annals*, 6 : 1, 435-481.

Ricœur, P. (1985), *Temps et Récit Tome 3*, Paris : Éditions du Seuil.

Samra-Fredericks, D. (2003). Strategizing as Lived Experience and Strategists' Everyday Efforts to Shape Strategic Directions, *Journal of Management Studies*, 40 : 1, 141-174.

Samra-Fredericks, D. (2005), Strategic Practices, 'Discourse' and the Everyday Interactional Constitution of 'Power Effects', *Organization*, 12 : 6, 803-841.

Searle, J. R. (1972), *Les Actes de Langage*, Paris : Editions Hermann, traduction française de *Speech Acts: An essay in the Philosophy of Language* (1970), Cambridge: Cambridge University Press.

Suominen, K. et S. Mantere (2010), Consuming Strategy: The Art and Practice of Managers' Everyday Strategy Usage, *Advances in Strategic Management*, 27, 211-245.

Taylor P. et P. Bain (2003), Subterranean Worksick Blues: Humour and Subversion in Call Centers, *Organization Studies*, 24 : 9, 1487-1509.

Thomas R., Sargent L. D. et C. Hardy (2011). Managing Organizational Change: Negotiating Meaning and Power-Resistance Relations, *Organization Science*, 22 : 1, 22-41.

Vaara, E. (2010), Taking the Linguistic Turn Seriously: Strategy as a Multifaceted and Interdiscursive Phenomenon, *Advances in Strategic Management*, 27: 29-50.

Vaara, E., Kleymann, B. et H. Seristö (2004), Strategies as Discursive Constructions: The Case of Airline Alliances', *Journal of Management Studies*, 41 : 1: 1-35.

Vaara, E., Sorsa, V. et P. Pälli (2010), On the Force Potential of Strategy Texts: a Critical Discourse Analysis of a Strategic Plan and its Power Effects in a City Organization, *Organization*, 17 : 6, 685-702.

Weber, M. (1958), *The Three Types of Legitimate Rule*, Berkeley Publications in Society and Institutions, 4 : 1, 1-11.

Weick, K. E. (1995), *Sensemaking in Organizations*, Thousand Oaks, CA: Sage.

Whittle, A., Housley, W., Gilchrist, A., Mueller, F. et P. Lenney (2014), Category Predication Work, Discursive Leadership and Strategic Sensemaking, *Human Relations*, 1-34.