

## 10 ans du LASCO

### *La communication d'organisation est loin des approches cosmétiques et des cahiers de recettes*

*Le LASCO célèbre cette année ses dix années d'existence. Axel Gryspeerdt, Professeur émérite à l'Université catholique de Louvain, un des pères fondateurs du LASCO, et Président du LASCO de 2000 à 2009, nous livre son point de vue sur l'évolution de la recherche en communication d'organisation. Considérée comme une technique de persuasion et d'argumentation dans les années 90, la communication d'organisation interroge aujourd'hui les modèles de société construits par les hommes dans leurs relations. Le champ de recherche jouit d'une reconnaissance dans le monde scientifique et les échanges avec les professionnels se multiplient. Néanmoins, le manque de moyens accordés à la recherche en communication d'organisation reste à déplorer.*

**1. Le LASCO fête cette année ses 10 ans, quelles ont été les principales évolutions du LASCO, et de la recherche en communication d'organisation en général, au cours de ces dix années ?**

L'évolution de la recherche a été spectaculaire, à la mesure de l'extension des enjeux sociaux et professionnels du secteur. Alors qu'à la fin des années 90, la communication des organisations était souvent considérée comme une simple technique d'argumentation, voire de persuasion, il est apparu avec beaucoup plus de netteté qu'elle est intimement liée aux dynamiques identitaires des groupes et des collectivités, qu'elle est dépendante du contexte socio-économique global et qu'elle constitue une composante indissociable de l'évolution sociale. La recherche, dont un des risques principaux reste l'éclatement en micro-problématiques, a pu largement prendre en compte cette « épaisseur » de la communication d'organisation, en s'attachant davantage aux dynamiques organisationnelles sous toutes leurs formes. C'est là un des atouts considérables pour la dynamisation propre aux différentes équipes de recherche. Les dimensions culturelles et anthropologiques ont donné lieu à des pistes de recherche particulièrement stimulantes et éclairantes.

**2. Le contexte de création du LASCO était différent du contexte actuel, de crise de confiance envers les entreprises et leur communication, quelles réponses peut apporter la recherche à ce phénomène ?**

Si la question de la réputation des organisations reste capitale –notons les extraordinaires changements de réputations de certains secteurs durant la dernière décennie – pour ne citer que quelques exemples : établissements financiers, agences de notation, équipes politiques dirigeantes, milieux religieux ou à l'inverse, milieux de la santé (malgré les situations de crise), milieux caritatifs, milieux associatifs (davantage pris au sérieux)- d'autres questions animent aussi le vaste champ de la communication d'organisation. Tout en restant très relative et modeste – le chercheur ne peut donner en effet qu'un éclairage partiel par rapport aux dynamiques globales- la position du chercheur l'amène à modaliser des comportements humains et à « prévisionner » les directions que prennent les changements en cours. Sa principale prétention est de baliser ainsi le terrain et d'éclairer sur la multiplicité des choix possibles : l'avenir

fourmille de perspectives, pour autant qu'on puisse être conscient des défis, tirer les sonnettes d'alarme là où cela se justifie et modifier parfois le cap.

**3. Quels sont les principaux défis actuels de la recherche en communication d'organisation ?**

Sans prétention exagérée, je pense qu'ils sont étroitement liés aux modèles de société que les hommes souhaitent et peuvent suivre et construire. La recherche se situe dès lors loin au-delà des positions à courtes vues ou des approches purement cosmétiques de la communication d'organisation. Il s'agit de s'interroger, rétrospectivement et prospectivement, sur le rôle de la communication entre les hommes, au sein et entre les groupes qu'ils constituent. Les phénomènes d'interrelations et de diversité culturelle y occupent une place essentielle, et ne peuvent être déconnectés de ceux d'éthique, de valeurs et d'esthétique. Mener de la recherche en communication d'organisation ne consiste pas seulement à voir comment nos diverses communautés de vie et de travail se sont constituées et se sont modifiées (ceci incluant notamment une observation et une réflexion sur leurs systèmes de signes et sur leurs échanges de discours) –je considère dès lors que des approches historiques et médiologiques sont pour cela fondamentales- mais aussi à prendre en compte les diverses dimensions humaines, notamment la problématique des engagements individuels, en termes de collaboration et de contestation.

Au point de vue méthodologique aussi, les défis sont considérables. Les recherches les plus fructueuses sont et seront celles qui se seront forgées, dans un cadre disciplinaire rigoureux, une ouverture vers de nouveaux concepts en tant qu'instruments de compréhension des dynamiques en jeu.

**4. Quels sont les principaux apports de groupes de recherche tels que le LASCO aux professionnels de la communication et aux organisations ?**

Il conviendrait que les milieux professionnels s'expriment eux-mêmes sur cette question. Je pense avoir néanmoins avoir indiqué plus haut clairement ma position.

La vision que les professionnels ont de leur pratique est un des paramètres à prendre en compte. De même que les chercheurs peuvent être davantage à leur écoute, ils peuvent aussi les accompagner dans cette démarche plus globale de lien avec les évolutions sociétales.

**5. Pensez-vous que la recherche en communication d'organisation ait trouvé sa place dans le champ des SIC ? Est-elle reconnue ?**

Oui, la recherche en communication d'organisation est actuellement beaucoup plus reconnue au niveau universitaire par l'ensemble des chercheurs en sciences de la communication, aussi bien au niveau national qu'international. En témoignent notamment les publications concernant ce domaine dans les revues scientifiques en sciences humaines et la création de nouvelles revues spécifiques. Le nombre de publications sous forme de livres s'est largement multiplié et le nombre de colloques également, colloques dans lesquels interviennent de plus en plus souvent des spécialistes de divers horizons scientifiques.

Vu les différences de représentation du domaine, la reconnaissance des milieux professionnels est plus lente à se manifester et des plateformes communes devront se multiplier sous forme de colloques conjoints et de séminaires, ainsi que d'ateliers. Cela fut et reste une des priorités dès le début du Lasco. J'ai toujours personnellement œuvré pour un rapprochement entre l'université et les milieux professionnels.

**6. Quelles sont les spécificités du LASCO par rapport aux autres groupes de recherche sur les relations publiques et la communication d'organisation ?**

Au niveau institutionnel, l'originalité et le succès du Lasco semblent avoir résidé dans la légèreté de sa structure fédérant en quelque sorte « en réseau » un groupe de chercheurs librement engagés à opérer de la recherche ensemble. Souplesse et approche démocratique ont caractérisé leur travail, permettant au groupe de se constituer en structure d'accueil et d'accompagnement.

Les thématiques de recherche ont été déterminées sur base des préoccupations personnelles présentées et discutées entre pairs, membres du Lasco, ou choisies collectivement au sein de séminaires.

Les publications témoignent de cette multiplicité d'approches et de thèmes traités : des rumeurs aux modes de transformation ; de la prise en compte des opinions à l'introduction de l'éthique dans la communication des organisations ; des phénomènes de reconnaissance aux modalités de la réputation ; des situations de crise aux pratiques de médiation, pour ne citer que quelques exemples.

**7. Après ces nombreuses années en tant que président du LASCO, quelle a été votre plus grande satisfaction ? Et a contrario, votre regret ?**

Les satisfactions ont été très nombreuses :

Parmi celles-ci, je note tout particulièrement

- la reconnaissance du domaine par la communauté scientifique

- le dynamisme dont ont fait et font preuve les doctorants et les jeunes chercheurs en n'hésitant pas à explorer de nouveaux champs (ex. médias sociaux, développements de l'emprise des marques, phénomènes de mondialisation et d'altermondialisation,...), sur base d'approches méthodologiques et épistémologiques rigoureuses.

-le crédit, voire l'aura, dont a bénéficié le Lasco au niveau international, visible dans l'accueil reçu lors de participation à des colloques, dans les demandes de partenariat, ainsi que dans les publications et les citations en références.

-le bon climat de travail dans les séminaires, malgré des tensions parfois perceptibles, mais stimulantes, entre des visions différentes de la pratique de la recherche ; ainsi que l'excellente collaboration entre les générations de chercheurs.

-la volonté des membres à interroger et à poursuivre l'expérience du Lasco. Leur implication et leur engagement.

Le principal regret réside dans l'absence de moyens financiers – et donc humains – du Lasco. Ce manque de moyens est liée à un encommissionnement des décisions au niveau universitaire, à une suspicion des grands fonds à l'égard d'une « discipline » dont il n'est pas évident, pour ceux qui ne la connaissent pas, de saisir les enjeux sociaux, éthiques et liés aux grands défis du monde, et enfin, à l'hésitation de certains milieux professionnels à s'engager dans des recherches commanditées ou dans des actions de sponsoring scientifique, surtout actuellement en période de crise.

**8. Depuis 2009, le LASCO a un nouveau Président, une nouvelle équipe dirigeante et s'est enrichi de nouveaux doctorants et chercheurs, quels conseils leur donneriez-vous ?**

La relève pour de nouvelles recherches, encore plus approfondies, semble bien assurée par la nouvelle équipe. J'accorde pleine confiance face aux projets actuels. De nouveaux membres ont rejoint le Lasco et l'avenir du groupe de contact du FNRS intitulé « Théorie des relations publiques et théories de la communication » qui constitue une plate-forme

avec l'ensemble des chercheurs en communication d'organisation dans la communauté française de Belgique est lui aussi garanti par un élargissement de structures.

Le renforcement des collaborations internationales avec les laboratoires associés est déjà acquis, par exemple avec le Geriico (Lille 3), le Gripig (Celsa-Paris IV), le Grec/o (Bordeaux III), les équipes de recherche en communication d'organisation des universités de Leeds et de Laval ou encore avec les associations Euprera et Org et Co . Je ne peux que m'en réjouir.

La nouvelle équipe a pris des initiatives, jugées positives, en élargissant les liens et la coopération avec les milieux professionnels, notamment via les associations belges et françaises en relations publiques et en communication interne, actuellement fort dynamiques, après des restructurations internes. Les praticiens de la communication se voient ainsi non seulement mieux informés des activités du Lasco, via les nouvelles technologies (newsletter électronique, site Web plus accessible, envois de e-mails personnalisés), mais aussi par l'invitation, voire l'association à des activités, tels les séminaires du Lasco et les journées d'études. De plus en plus souvent, les intervenants, invités par le Lasco -souvent en liaison des organisations associées- sont sélectionnés en fonction de ce qu'ils ont à apporter, à débattre et à échanger avec les deux milieux, celui des chercheurs de niveau universitaire et celui des professionnels de premier plan. Les liens avec les associations professionnelles, qui datent dès débuts du Lasco, se voient ainsi non seulement maintenus, mais renforcés. Tout cela est fort prometteur pour l'avenir.

Il s'agira cependant de continuer à se méfier des écueils traditionnels de la communication d'organisation -notamment danger de constitution d'un cahier de recettes- et de rester attentif au type de relation existant au sein des structures de recherche.

Propos recueillis par Karine Johannes  
6 / 10 / 2010.

#### Le LASCO aujourd'hui

- **Président** : Thierry Libaert
- **Composition** : 16 membres, professeurs, assistants, doctorants-chercheurs
- **10 thèses** en préparation (pour la liste complète des sujets : <http://www.uclouvain.be/206494.html>)
- **Principales activités** :
  - Recherche (fondamentale et appliquée) sur la communication d'organisation
  - Séminaires scientifiques réguliers (ouverts aux professionnels)
  - Organisations de colloques et de rencontres scientifiques
  - Formations professionnelles
  - Groupe de contact FNRS
  - Newsletter - PASSERELLE
- **Axes scientifiques** :
  - L'étude de la communication interne des organisations
  - L'étude des stratégies de communication des organisations
  - L'étude des cadres théoriques, des méthodes et techniques de travail dans la recherche et dans les pratiques en organisation
- **Partenariats nationaux** :
  - Universités et hautes écoles belges - ULB, ULg, IHECS

- Unité de recherche REHU (IAG, UCL)
- Associations professionnelles : 3C, ABCI
- **Partenariats internationaux :**
  - Universités étrangères - LilleIII (GERICO), Nancy II (Groupe Information et Communication), Bordeaux III (GRECO), Montpellier III (CERIC), Paris IV (CELSA, GRIPIC), Laval (Programme de Communication publique), Université de Stirling, Pompeu Fabra
  - Associations - EUPRERA, SFSIC
  - Symposium de Bled
  - Associations professionnelles : Ujjef
- **Site Internet:** <http://www.uclouvain.be/lasco.html>
- **Personne de contact + Inscriptions à la Newsletter:** Audrey Crucifix - [audrey.crucifix@uclouvain.be](mailto:audrey.crucifix@uclouvain.be)

### La nouvelle identité visuelle du LASCO

#### La main préhistorique

- le début du langage
- la durabilité
- la relation

#### « Lascaux »

La communication est née avec l'apparition de l'homme



#### L'arobase

La modernité de la communication