

Préface

Michel MAFFESOLI

Professeur Émérite à la Sorbonne.

C'est parce que nous sommes passés d'une époque (XVIII^e-XX^e siècles) qui a été nommée « Modernité » (Baudelaire, Victor Hugo) à ce qu'on pourrait appeler, faute de mieux pour l'instant, « Postmodernité », qu'il est important de savoir analyser, avec justesse ce qui est en train de cesser et, corrélativement, ce qui est en train d'émerger. C'est bien ce que nous proposent, judicieusement, F. Siva et A. Lacan. Et ce, pour reprendre une de leur formule, en se gardant de « l'angélisme et de toute tentative de réprobation ».

Quant est-il de cette postmodernité ? Il est, certes, toujours bien délicat de « touiller » dans les marmites du futur. On peut, cependant, donner quelques indications, rassembler quelques indices, et ce afin d'indiquer des grandes tendances. D'autant que l'on voit revenir, légèrement modifié, ce que l'on avait cru dépassé. Pour être plus précis, il ne s'agit pas là d'un « éternel retour » du même, mais, ainsi que l'indiquait en son temps le philosophe Nicolas de Cuse, d'une croissance prenant la forme de la spirale. Pour le dire plus nettement encore, si une définition, provisoire, de la postmodernité devait être donnée, ce pourrait être : « *la synergie de phénomènes archaïques et du développement technologique* ».

Cela est, peut-être, le cœur battant de ce livre qui est, tout à la fois, pertinent et prospectif. Pertinent, car l'argumentation est, tout à la fois, rigoureuse et balancée, et ce en reprenant la logique de la « disputatio » d'antique mémoire, la logique conjonctive du « et...et » (celle d'Abelard). Prospectif, car, au-delà des débats d'école, quelque peu sclérosés, la référence constante au « numérique » et à la culture qu'il induit, permet de comprendre au mieux, le changement de paradigme en cours. Ce que les auteurs nomment, à plusieurs reprises le « bouleversement opéré par le numérique ».

Toutes choses quotidiennes, concrètes, alliant en un paradoxe, qui n'est pas qu'apparent, le matériel et le spirituel de l'être-ensemble contemporain. Il y a lieu de réfléchir là-dessus : un tel matérialisme spirituel, vécu localement, est cela même qui va, de plus en plus, prendre la place du politique en ses diverses modulations.

Ceci rejoint le thème de la recherche et de l'innovation en entreprise et également la question de la chaîne hiérarchique. L'innovation et en général la compétence

sont de nos jours partagées de manière non conforme à la place dans la hiérarchie, le niveau de diplômes, bref les compétences institutionnelles. Il importe donc pour l'entreprise de pouvoir en quelque sorte « intégrer ses marges sans les démarginaliser ». C'est tout le défi du management postmoderne.

C'est une telle structure sociale qui induit ce que l'on peut appeler le bricolage mythologique. Il n'est, peut-être, pas opportun de parler de la fin des idéologies. Par contre il est possible de constater leur transfiguration. Elles prennent une autre figure. En la matière celle de petits récits spécifiques, propres, bien sûr, à la tribu qui en est détentrice. Les « grands récits de référence » se particularisent, s'incarnent, se limitent à la dimension d'un territoire donné. D'où les pratiques langagières juvéniles, le retour des dialectes locaux, la recrudescence des divers syncrétismes philosophiques ou religieux.

Un certain nombre de pratiques des entreprises sont à analyser à cette aune : sponsoring et mécénat comme éléments non seulement de visibilité de la marque (marketing), mais aussi de cohésion de la communauté entreprise ; marketing comme narration, construction de récits, de la même façon que les séries *versus* les « grands films ». Les pages consacrées au passage de « l'utilitarisme moderne au bien-être postmoderne » en témoignent avec éloquence.

C'est cela le nouveau marketing et/ou management, une réflexion à réengager au-delà de J. Baudrillard et du système des objets, sur la valeur mythologique et totémique des consommations qui fondent les tribus autant qu'elles sont fondées par elles.

Il en est de même lorsque F. Silva et A. Lacan analysent le glissement qui est en train de se profiler du « rationalisme » omniprésent dans le management moderne, le « taylorisme » en témoigne, à l'esthétique ayant, de plus en plus, un rôle primordial. Tout un chacun n'existe que dans et par le regard de l'autre. Et ce, que l'autre, soit celui de la tribu affinitaire, que ce soit l'altérité de la nature, ou le grand Autre qu'est la déité. Fusions, confusions de divers ordres qui ne sont pas sans rappeler le mythe dionysiaque. Il s'agit là d'un processus qui est rien moins qu'exceptionnel, mais qui renvoie, au contraire, à la simple réalité quotidienne. Nombreux sont les phénomènes de la vie courante qui sont, sans cela, incompréhensibles. Dans tous les domaines le « devenir mode » du monde est à l'ordre du jour. Et les « lois de l'imitation », proposées, d'une manière inactuelle, par Gabriel Tarde semblent être la règle actuellement.

En bref ce n'est plus l'autonomie : « je suis ma propre loi », qui prévaut, mais bien l'hétéronomie : « ma loi c'est l'autre ». Ce qui est le point nodal de l'esthétique : vibrer avec l'autre.

Peut-être est-ce là le changement paradigmatique le plus important. Il va de pair avec cette inversion du temps qui fait que c'est moins l'Histoire linéaire qui importe que les histoires humaines. « Einsteinisation » du temps, a-t-on pu dire. C'est-à-dire que le temps se contracte en espace. En bref, ce qui va prédominer est bien un présent que je vis avec d'autres en un lieu donné. De quelque manière qu'on puisse le nommer, un tel « présentéisme » va contaminer les représentations et pratiques sociales, en particulier juvéniles. C'est un « *carpe diem* », d'antique mémoire, traduisant bien un hédonisme diffus. La jouissance

n'est plus reportée à quelques hypothétiques « lendemains qui chantent », elle n'est plus espérée dans un paradis à venir, mais vécue, tant bien que mal, au présent. Tout un chapitre est consacré au passage de l'idéologie fururiste à l'ici et maintenant d'un éternel présent.

La fidélisation ne sera pas forcément à une entreprise (la banque et sa carrière) mais à une ambiance, une constellation d'entreprises qui fonctionnent selon un même esprit. C'est ainsi que l'incursion d'un jeune chez Mac Do (avec son « contrôle » de la qualité du service) servira sur son CV au même titre qu'un diplôme; les réseaux se constituent dans l'entreprise, mais aussi en dehors, ce qui amène à réfléchir aux questions de la concurrence, de la complémentarité, de la synergie, etc. Par exemple qu'en est-il de la clause de non concurrence pour les cadres, qu'en est-il de l'utilisation des réseaux sociaux pendant le temps de travail, de la séparation vie publique-vie privée, etc.

En ce sens le présent postmoderne rejoint la philosophie du « kairos » qui met l'accent sur les occasions et les bonnes opportunités. L'existence n'étant, en quelque sorte, qu'une suite d'instantanés éternels qu'il convient de vivre, au mieux, ici et maintenant. Peut-être faut-il rappeler, ici, une distinction d'importance. Celle du drame et du tragique. Autant le drame, en son sens étymologique, évolue, est tendu vers une solution possible, toutes choses que l'on retrouve dans le « bourgeoisie » moderne, autant le tragique est « aporique », c'est-à-dire ne recherche pas, n'espère pas des solutions, des résolutions. On peut même dire qu'il repose sur la tension des éléments hétérogènes.

Le management postmoderne ne se fait pas par des promesses, un projet de carrière, une perspective d'avancement, mais par missions successives, confiées, réussies et payées.

Dernier point, et non des moindres, l'analyse que font les auteurs de la saturation de la « valeur travail », et de l'émergence de la « création ». Ce qui s'observe dans le retour en force de l'image niée ou déniée ? Image publicitaire, image télévisuelle, image virtuelle. Rien n'est indemne. « Image de marque » intellectuelle, religieuse, politique, industrielle, etc., tout et toutes choses doivent se donner à voir, se mettre en spectacle. On peut dire, dans une optique weberienne, que l'on peut comprendre le réel à partir de l'irréel (ou de ce qui est réputé tel). Il se trouve que, durant la modernité, le développement technologique avait, durablement, désenchanté le monde. On peut dire que, pour ce qui concerne la postmodernité naissante, c'est la technologie qui favorise un réel réenchantement du monde. Voilà qui est la cause et l'effet de la créativité visible dans les « start-up », et dans « l'entreprendre » contemporain !

Afin de bien accentuer un tel phénomène on peut parler de la (re)naissance de ce que Gilbert Durand nommait un « monde imaginal ». C'est-à-dire d'une manière d'être et de penser traversée, entièrement, par l'image, l'imaginaire, le symbolique, l'immatériel.

De quelque manière dont cet « imaginal » puisse s'exprimer : virtuel, ludique, onirique, il va être là, présent et prégnant, il ne sera plus cantonné dans la vie privée et individuelle, mais sera un élément constitutif d'un être-ensemble fondamental. C'est tout cela qui peut faire dire que le social s'élargit en socialité en

intégrant, d'une manière « holistique », des paramètres humains que le rationalisme moderne avait laissé de côté. L'imaginal est, ainsi, une autre manière de rendre attentif à la société complexe, à la solidarité organique qui s'amorce, à la « correspondance », dans le sens baudelairien, entre tous les éléments de l'environnement social et naturel. C'est cela que les auteurs soulignent, lorsqu'ils montrent en quoi la « technologie numérique » conforte le « faire équipe ».

Devenir spiralesque du monde ! Quand cesse l'évidence d'une idée sur laquelle s'était fondée une civilisation donnée, une autre constellation prend naissance intégrant certains éléments de ce qui a été, et redonnant vie à certains autres qui avaient été déniés.

C'est en ayant ce schéma à l'esprit que l'on peut, d'une manière non judiciaire, non normative, épiphaniser les grandes caractéristiques de l'épistémè postmoderne. Ce que M. Foucault a, bien, fait pour la modernité reste à faire pour l'époque qui s'annonce. Il s'agit là d'un défi d'envergure nécessitant une posture intellectuelle audacieuse. C'est cela que F. Silva et A. Lacan, proposent avec acuité. Défi à relever si l'on ne veut pas que la pensée soit marginalisée. D'autant, ainsi que le rapportait Victor Hugo, en une autre époque, que « rien n'arrête une idée dont le temps est venu ».