Les Mille et Une Nuits de nos apocalypses managériales : Désirer le futur dans le vide et l'incomplétude

5ème leçon inaugurale du cours TTN, année 2022[1]

François-Xavier de Vaujany

Université Paris Dauphine-PSL (DRM)

devaujany@dauphine.fr

Résumé : Dans les *Milles et Une Nuits*, Shéhérazade enchaine infiniment des contes dont l'inachèvement et l'incomplétude ouvre sur les suivants. Un vide annonce un futur manquant, imminent. Il le rend même urgent. Une fois révélé, dévoilé, ce futur progressivement présent génère ses propres incomplétudes, jusqu'à la plus fatale. Le processus est anonyme, sans centre, et sans véritable linéarité, avec des personnages-miroirs spéculant les uns avec les autres. Prenant ce mouvement à la lettre et à l'image, je propose de conceptualiser notre management digital comme un ensemble d'apocalypses managériales. Loin de toute logique de métaphore, j'explore ce processus réel en compagnie de Benjamin et de Deleuze.

Mots-clés : Apocalypses managériales ; Désir(s) ; Ensemble ; Agencement ; Mille et Une Nuits ; Management ; Management vivant ; Evénement américain ; Deleuze ; Debord ; Benjamin.

[1] Les leçon inaugurales du cours Transformations du Travail et Numériques ouvrent le séminaire annuel de TTN. Elles sont une conversation entre un (ou plusieurs philosophes) et un thème renouvelé chaque année sur les transformations du travail et du management. L'ensemble des notes préparatoires rédigées depuis 2018 est disponible à l'adresse : https://www.researchgate.net/project/Lecons-inaugurales-du-cours-TTN

Introduction : les milles-et-une nuits de notre management par l'incomplétude

Dans un ouvrage récent, j'ai proposé une réflexion conjointe sur l'histoire du management et une philosophie de l'histoire du management (de Vaujany, 2022a). La thèse défendue était la suivante : depuis la seconde guerre mondiale, notre management global (digital) est un vaste processus institutionnel incomplétant et finissant le monde toujours davantage. Dominant dans nos sociétés dites « capitalistes », le management constitue matériellement, narrativement et temporellement une forme d'activité au service d'une production de valeur toujours plus distribuée et inachevée.

Dans mon livre, j'évoque le processus à l'œuvre dans le conte *les Mille et Une Nuits*[2]. Afin de ne pas être tuée par le Sultan, Shéhérazade enchaîne à l'infini des histoires s'ouvrant l'une vers l'autre et formant une étrange série de couloirs narratifs enchâssés. Chaque nuit du récit mobilise des personnages mis en miroir, spéculant les uns sur les autres. L'incomplétude d'un conte[3] brutalement interrompu ouvre sur la complétude provisoire et rapidement questionnée du conte suivant. **Ce qui est dévoilé n'est pas un contenu (par exemple un scénario sur le futur) mais paradoxalement un vide appelant le futur, un management par l'inachèvement.** Dans ce mouvement, l'apocalypse est un processus avant d'être un contenu.

On retrouve aujourd'hui ce phénomène dans de nombreuses séries télévisées. Le scénariste interrompt un épisode sur un moment intense, une révélation amenant une rupture imminente dans l'intrigue[4]. L'histoire s'immobilise là, sur cette crête. Par coupes, le metteur en scène incomplète un récit dont la fluidité tiendrait précisément à ces événements narratifs s'ils n'étaient pas redéployés comme des bornes.

Subtilement, le processus des Mille et Une Nuits est bien à l'œuvre dans tous les produits, les services et les modes de management. Une entreprise pérenne enchaîne souvent son processus d'innovation dans cette durée sans cesse régénérée par l'incomplétude. **Elle gère autant par les vides que par les pleins.** « One more thing » nous disait Steve Jobs en parfait Shéhérazade… sous-entendant déjà, dans cette habitude, la prochaine grande messe de présentation de la nouvelle version de son produit phare, ou mieux, le passage à un nouveau type de produit phare. *Les Milles et Une Nuits* n'ont ainsi pas peur du dépareillement narratif. Dans leur incomplétude et l'événement plus ou moins long de leur incomplétude se fonde leur renouvellement, l'imminence d'un monde nouveau. Le cas des bugs et des failles de sécurité des logiciels est typique. Ces problèmes sont souvent connus des éditeurs au terme de leurs phases de prototypages et de tests. Mais ils seraient trop coûteux à tous réparer et mettraient trop en cause le potentiel apocalyptique du produit (le

[2] L'ouvrage lui-même, traduit par Galland au 18ème siècle, a une histoire complexe. Il est impossible d'identifier clairement un ouvrage souche, notamment entre les version du 9ème et 18ème siècle les plus connues. Et ses traductions (typique de la mode de l' « orientalisme ») ont démultiplié la complexité du récit et de sa généalogie. Par bien des aspects, les *Mille et Une Nuits* sont un « rhizome » fascinant (cf. Deleuze et Guattari, 1980). Un éternel milieu. Un ensemble de mouvements décentrés mais parfois directionnels.

[3] Achevé sur un événement suggérant systématiquement un mouvement décisif à venir, un mouvement imminent seulement annoncé, esquissé, dévoilé dans la transition. Les *Mille et Une Nuits* sont une histoire d'innovation. Mais elles sont par-dessus tout une histoire de finitude et d'incomplétude habilement orchestrée dans l'intelligence même du texte, dans sa narration, avec fluidité et ouverture (le corpus s'est enrichi de nouveaux textes et de nouveaux apports).

[4] Avant les séries télévisés, le procédé s'installe d'abord dans les journaux européens dès le 19ème siècle sous forme de feuilleton littéraires.

processus désirant a besoin de ces incomplétudes pour s'auto-générer). On corrige donc souvent les défauts dont l'occurrence est la plus probable et les causes les plus dommageables

Dans tous les cas, la suite n'est pas le désirée d'un sujet vers un objet. Tout le processus narratif porté par Shéhérazade (en fait effacée derrière l'histoire racontée de façon anonyme) est désirable, désiré et désirant. Le sultan comme les lecteurs et les lectrices sont l'événement de ce récit et des images du conte porteurs de leur propre puissance affective. En dehors de la narration, ils ne sont rien ou rien de supportable. Ils sont seulement de l'attente, de l'ennui, de l'angoisse, des désirs sans objets… Finalement, chacun et chacune est performé comme le sultan du récit[5].

Depuis le milieu du 20ème siècle, les processus du management sont désormais largement sur les mêmes lignes. Ils incomplètent pour ouvrir les espaces commodifiables de demain. Ils constituent et reconstituent en permanence des ensembles recouvrant toute la surface de nos expériences.

Mon propos n'a rien de métaphorique. Avec mon livre, j'explore un processus réel. Dans sa généalogie, je me suis concentré sur un point de rupture majeur, un événement largement reconfigurant des pratiques, des acteurs et des techniques de l'activité collective et de ses valorisations : la seconde guerre mondiale et sa mobilisation industrielle.

Considérée sur une durée enveloppant le début du 20ème siècle, la seconde guerre mondiale et les deux premières décennies de la guerre froide, le grand moment historique au cœur du livre, incarne une métamorphose profonde : le glissement du « management scientifique » au « management digital » ; le passage d'un « management calculé » à un management de plus en plus « instrumenté » et « infrastructuré ». Avant la seconde guerre mondiale, le management est surtout scientifique. L'opérationnel est indissociable d'un stratégique pas encore formé, essentiellement « administration ». Surtout, ce management traverse une grave crise de légitimité (et même de légalité pour certains secteurs). Interdit dans les Navy Yards à la fin des année 20, le management est contesté, critique et moqué. Les *Temps Modernes*[6] avec Chaplin sont l'occasion de montrer l'absurdité du travail à la chaîne, des gestes parcellisés à l'extrême, de la quête infinie de productivité sur un processus unique et bien linéaire. Ce management ne parvient pas à sortir les Etats-Unis de l'ornière de la crise de 1929 (en 1937 le chômage repart même à la hausse). Les business schools (dont le prestige est alors loin de celui des années post-guerre) et les réseaux du management (notamment la *Taylor Society*[7], l'*American Management Association* et l'*Academy of Management* alors sans statuts[8]) sont à la recherche d'un nouveau souffle. Tout le management américain est à la recherche d'un recommencement. Avec la seconde guerre mondiale, le phénomène managérial, désormais digital, n'est plus questionné. Dans le dur de la mobilisation industrielle, avec les nombreux morts et blessés au travail dans les usines[9], une activité collective reconfigurée prend le pas aux les Etats-Unis et dans le reste du monde. Désormais, il est difficile de parler d'un management légitime ou légitimé. **Pris dans des infrastructures de normes et de techniques**

[5] Dans la mobilisation d'un processus similaire, nos agencements managériaux perdent de vue la « morale » du conte. Shéhérazade cherche à se sauver et sauver ces semblables (aucune autre femme ne doit mourir). Une forme d'éthique de soi est à l'œuvre dans la dynamique du conte. Cette éthique n'est pas présente dans les agencements managériaux.

[6] Réalisé en 1936.

[7] Décidée en 1910, fondée en 1912, elle fusionne en 1936 the *Taylor Society* avec la *Society of Industrial Engineers* pour devenir la *Society for Advancement of Management* (SAM).

[8] Fondée en 1923.

[9] Avec 86 000 morts en usine entre 1941 et 1945, 100 000 handicapés par des accidents du travail et plus d'un demi-million de blessés industriel (et même deux millions selon les estimations les plus larges) au sens le plus large (voir de Vaujany, 2022 : 297), l'activité industrielle et le management digital se légitiment au plus profond de la société américaine : dans les gestes, dans les corps, dans les blessures de chacun et de chacune.

digitales aussi gigantesques que sous-jacentes, évident de patriotisme (américain) et d'utilité, tellement omniprésent qu'il n'a plus de présence spécifique et localisée, le management peut connaître des délégitimations sans connaître pour autant des moments de légitimation. Il n'a pas à acquérir d'autorité puisqu'il coule continuellement le long des infrastructures digitales ; Des infrastructures de plus en plus invisibles, miniaturisées, au plus près des corps et même fondues dans des pratiques[10].

Dans ce moment de la seconde guerre mondiale, une rencontre s'est produite (dans un sens deleuzien). Un ensemble d'événements ont fait les rencontrés du management et de ses instrumentalités digitales. Les managers doivent coordonner, animer, planifier à une échelle inédite[11]. Il faut à la fois produire pour une méga-nation et ses nombreux alliés, sur une très courte échelle de temps, à la fois en fabricant massivement et en innovant par à-coups avec des projets stratégiques (notamment les projets Manhattan et Overlord) . Mais il faut aussi jouer dans un espace de règles plus relâchées et ouvertes (un moment de mobilisation industrielle est toujours un moment de suspension des règles concurrentielles tant pour la production de masse que pour les projets innovants[12]). Tous les événements de coordination, de collaboration, d'improvisation à l'œuvre dans cette quête vers la victoire vont installés un management digitalisé.

Afin de conserver son dynamisme et de maintenir ses flux et son énergie, ce management digital doit s'incompléter dans le mouvement même où il se complète. Il doit se finir en permanence. Les budgets, les objectifs, les projets, finissent le monde. De son côté, l'événement matériel des produits suit de plus en plus une logique d' « obsolescence programmée » actée en fait dès les années 20 dans plusieurs secteurs. La matière même de l'histoire doit se dégrader sur un temps court, raisonnablement court, pour nourrir le marché. *In fine*, les logiques mises en place par la mobilisation industrielle américaine et ses suites vont largement s'accommoder de cette orientation, de cette équilibration alors très « cybernétique » (elle se veut contracyclique).

Plus subtilement encore (et parfois sous le coup de mauvaises interprétations du pragmatisme américain), le monde du management se fait problématisation. Toute la surface de nos expériences se couvre progressivement de problèmes résolus ou en attente de résolution pour le bénéfice même des processus de communalisation de la société américaine. On oublie la nécessité d'une ouverture des processus. Une ouverture pourtant bien soulignée par les pragmatistes eux-mêmes (Zask, 2015 ; de Vaujany, 2022a ; de Vaujany et Heimstädt, 2022). Moins mystérieux, trop tiré par des utopies d'experts, toujours moins remplis de signes dont les différences seraient productives, le monde s'incomplète également dans tous les sens. L'horizon des problèmes ne cessent d'exploser, nourri par les techniques et les solutions mêmes du management.

Les processus managériaux deviennent un vaste événement incomplétant le monde. Sa temporalité infinie suppose une spatialité également infinie : celle de notre planète. Une planète de plus en plus « américaine » pour reprendre le mot de Latour (2019). L'Evénement américain, l'ensemble des actes fondateurs de la nation américaine et leur devenir, connaissent une traduction décisive. La

[10] La particularité du digital est de nous habiter sans nécessiter son usage. On pense, agit, réagit selon les modalités de techniques dont l'absence est toujours très présente. Même sans utiliser Google, nos modes de pensée et d'action sont aujourd'hui « Google like ». On ne mémorise plus l'information, mais des raccourcis de mots-clés. On ne porte plus Google, on ne le paramètre plus. Il habite nos gestes sans même être évoqué ou décidé.

[11] La guerre de Sécession et la première guerre mondiale avaient inauguré le mouvement, mais à une échelle bien moindre.

[12] Ce qui ne veut pas dire que le marché et des appels d'offre très stricts n'ont pas été également mobilisés par l'Etat américain.

modernité s'équipe enfin. Elle s'instrumente. L'horizon américain, la profondeur insondable du sol des Etats-Unis, lui donne un souffle inédit. Comme je l'explique dans mon livre, le « management », notre management, est largement américain. Les occurrences de ce mot explosent avec et après la seconde guerre mondiale, en anglais mais également dans bien d'autres langues. Les cabinets de conseil, les business schools, les grands réseaux du management tels qu'on les connait aujourd'hui sont indissociables du « grand moment historique » et de l'Evénement américain. Ils révèlent et dévoilent les problèmes et les solutions de notre monde (il est dans ce sens « apocalyptique »[13]) selon ces temporalités américaines : sur l'horizon d'un monde toujours nouveaux.

Cette idée est proche de celle de Benjamin (1921, 2019) évoquant un « capitalisme comme religion ». Benjamin voit dans les processus capitalistiques bien plus que de l'économique. Le capitalisme suppose selon lui un culte, une durée couvrant toutes les temporalités de la vie sociale, et surtout une société « schuldig » (« coupable » ou « endetté »[14]). Il insiste sur le lien entre capitalisme et angoisse (auparavant prise en charge par les religions traditionnelles), point pouvant être relié à mon propos sur l'attente, l'ennui et l'angoisse (voir la préface et le chapitre VIII) toujours effacés temporairement par le mouvement apocalyptique. Le futur est désormais pris en charge par une oligarchie. L'argument d'*Apocalypse managériale* diffère cependant de la thèse de Benjamin par le processus historique analysé, cette managérialisation (américaine) au coeur du processus apocalyptique ainsi que le processus matériel lié au digital ; un processus transformant la temporalité du management en éternelle futurité à (re)conquérir. Par ailleurs, avec Burnham (1941), je ne pense pas que le vocabulaire de « capitalisme » (comme « système » ou « structure ») soit désormais adapté pour qualifier le type de processus et de régime d'historicité ou d'événementialité caractérisant notre monde post-digital[15]. On est entré dans une société directoriale. Les managers dominent les prolétaires et les propriétaires. Ils voient leurs titres se professionnaliser (grâce aux business schools et aux réseaux du management). Les modalités de constitution de leurs mandats managériaux sont de plus en plus institutionnalisées (globalement). Les techniques de management deviennent spécifiques et articulées avec des normes et des standards globaux de plus en plus difficiles à dissocier du digital lui-même.

Au-delà de l'instrumentation managériale, les infrastructures du digital (indissociables depuis les années 40 et 50 du management et de ses modes de création de valeur) amplifient ainsi le phénomène. Elles lui donnent un espace-temps simultané, synchronique et global. Le digital se fait « sémiosis digital » pour toute la planète (de Vaujany et Mitev, 2017 ; de Vaujany, 2022a). En tant que processus, le management digital est à la fois flux[16] dont il faut maintenir les continuités (dans des espaces globaux), projets innovants (nécessaires à l'incomplétion) et instrumentations digitales (les techniques se lient et se digitalisent). Il nourrit matériellement (par ses images notamment

[13] L' « apocalypse » est littéralement dévoilement, révélation (de Vaujany, 2022a). Un monde nouveau est à venir. Il est en germe dans le présent en attente d'ouverture. Dans mon livre, je montre l'immanence de ce processus à la fois matériel, narratif, et surtout, temporel.

[14] Notamment, la mode culpabilise celles et ceux ne pouvant la suivre faute de moyens.

[15] S'il y a « capitalisme », il n'est pas ou plus processus de « destruction créatrice » schumpétérien (s'il y a destruction elle est une conséquence des événements incomplétant mais elle n'est pas première ou endogène au processus managérial lui-même). Et de mon point de vue, le phénomène du capitalisme n'impose pas de distinctions wébériennes entre un idéel et un matériel du capitalisme. Le monde comme événement indissociablement social, technique et économique, se matérialise en permanence et dans ce mouvement, des subjectivations ont parfois lieu. Mais J'aurai l'occasion de revenir sur ce point essentiel dans une autre leçon : je pense que la catégorie « capitalisme » est problématique et qu'il faut faire des agencements la totalité ontologique afin d'élaborer l'approche matérielle, sociale, technique et économique dont nos sociétés a profondément besoin.

[16] Logistiques, informationnels, financiers, productifs…

sonores et visuelles[17]), narrativement et temporellement les événements du monde. Dans son mouvement de dévoilement et de révélation, il va toujours vers l'avant. Il fait du futur son territoire. Un territoire empiétant le présent et reconfigurant le passé. Ses acteurs sont des prophètes, nourris par les informations et les micro-prophéties du mouvement de révélation de tous les gestes dévoilant de notre planète ; de toutes ces mains glissant sur les écrans de leur smartphone ; de tous ces moments où l'on prend la pose ; de tous ces textes, de toutes ces courts vidéos, de toutes ces images où l'on s'expose et l'on divulgue l'envie ou l'humeur de l'instant.

Dans cette leçon, j'aimerais me concentrer sur un thème très deleuzien : celui du désir[18]. L'histoire des *Mille et une nuit*s est aussi et surtout une histoire de désir. Pas un désir exercé par un seul être dominant à partir de sa subjectivité bien définie et bien contenue. Pas non plus celui d'un centre organisant le récit et l'événement des images. Plutôt un désir décentré, flux, appelant un futur, appelant *du* futur. Un événement indissociable du fantasme pour reprendre le terme de Foucault sur Deleuze. Et je vais m'appuyer sur deux philosophes afin de pousser le plus loin possible cette thèse : Deleuze bien sûr, et Benjamin.

1. Du désir de se montrer et de « se la raconter » aux machines-désirantes exhibitionnistes : le cœur affectif des apocalypses managériales ?

Si l'on commence par le cas des réseaux sociaux, le phénomène est évident : de plus en plus, on se raconte et on « se la raconte » irrésistiblement. Chacun prend la pause, met en avant des pépites toujours plus personnelles. Le lieu des vacances, les tranches de vie, les événements du travail, le plat coloré du restaurant, l'indignation du moment, tout est « partagé ». Tout devient spectacle et spectacle de soi (Debord, 1967). Chacun produit une interminable auto-narration entremêlée avec celle des « amis » et des cercles plus larges allant jusqu'au public tout entier constitué par les réseaux sociaux. Dans le même mouvement saccadé[19], chacun donne une infinité d'informations indirectes sur sa localisation, ses centres d'intérêt, ses achats, le contenu du moment en cours et même son humeur. **Chacun suspend un mouvement et une suite dans ses pauses.** Chacun met entre parenthèse le moment en cours et ouvre vers sa vidéo, son post, son tweet suivants ou toutes les énonciations digitales des autres contenues sur le même écran. Dans cette direction, le flux attentionnel ne cesse de se fragmenter. Il fissure une infinité de micro-espaces où le management peut laisser couler ses valeurs.

Le capitalisme se fait de plus en plus indécent, ostentatoire, et même voyeuriste et exhibitionniste par bien des aspects. Chacun se dévoile et se révèle en allant toujours plus loin. Tous et toutes se livrent de façon spectaculaire (Debord, 1967). Mais cela n'est pas vraiment le fait du désir d'individus[20] préexistant les réseaux sociaux. Le réseau social tout entier désire. Une puissante machine désirante pousse toujours plus loin la révélation de premier niveau (ce que chacun et

[17] Voir de Vaujany (2022b).

[18] J'invite mes lecteurs et lectrices à consulter cette entrée vidéo de l'*Abécédaire* de Deleuze sur le « désir » : https://www.youtube.com/watch?v=tLlSRFLThYw On oublie trop souvent à quel point Deleuze a longtemps été qualifié de « philosophe du désir » et pour quelles raisons.

[19] Nos postes, nos tweets, nos mises en lignes de vidéos sont discontinues. Elles organisent dans notre flux et par addition les mêmes vides que ceux des *Milles et Une Nuits*.

[20] Le prisme de mon livre et de cette leçon n'est bien sûr pas le « psychologisme ».

chacune dévoile de lui-même) et de deuxième niveau (le big data et le datamining produit par les réseaux pour eux même et pour leurs clients). L'infrastructure se met à nu et met à nu. Les techniques digitales se miniaturisent, s'approchent des corps et des gestes, se dévoilent de façon radicale, jusqu'à l'invisibilité. Tout l'événement du management digital n'est plus que fantasme et désir infini de révéler et se révéler. L'Intelligence Artificielle associe ce processus à ces apprentissages parfois puissants, toujours inquisiteurs et explicatifs du monde et de son demain. Tout le nouveau du monde, tout le renouvellement des expériences se trouve alors voilé par cette antimétaphysique.

Le « je » est triomphant, mais il s'agit finalement d'un je totalement pré-assigné, bien à sa place, performé par les apocalypses managériales. Celles-ci sont totalement rhizomiques, sans troncs ni racines, prises dans les lignes de dévoilements multiples et simultanés, toutes entremêlées. Le « je » navigue dans les révélations de chacun, des boucles de réseau plus denses et plus intenses et des dévoilements de l'infrastructure. Ce flux est métaphysiquement sans subjectivation et sans légitimation[21]. Le monde du management digital n'a pas (ou pas encore) d'expressions phénoménologiques. Si l'on est immédiatement dans le monde phénoménologiquement, le digital est désormais ce monde immédiat. Un monde sans besoin de se légitimer. Il y a quelques années, j'étais ainsi étonné de voir mon fils toucher sans hésiter le digital, habiter ce monde sans la durée d'un apprentissage ou d'une question. Profondément anthropomorphisé, intuitif, au plus près du corps et des gestes, la digitalité n'a pas à montrer son adéquation à des règles. Elle n'a pas à s'apprendre. Elle n'a pas non plus à faire preuve pragmatiquement de son utilité. Elle se fond immédiatement dans l'expérience. Les doigts glissent sur la tablette et dévoilent le monde tout en dévoilant les soi multiples de l'enfant comme de l'adulte. Parallèlement, toute cette expérience digitale est managée et valorisée ou valorisable par des acteurs multiples.

Chacun dit aujourd'hui son actualité et sa nouveauté dans l'instant. Ces nouveautés préfigurent un avenir déjà présent dans la masse, un morceau de futur déjà conquis dans les données du passé et les jaillissements du présent, tous deux entremêlés pour produire créativement le tableau plus large du futur continuellement reproduit par les infrastructures digitales et leurs experts en tous genre.

Le désir lui-même est un flux continu et créatif. Il se renouvelle. Il investit le monde. Il n'a pas vraiment d'objet. On ne désire pas quelque chose de précis. On désire toujours un ensemble, un flux de signes s'interpellant, se différenciant. Le logiciel ou le vêtement désiré renvoient à des styles, des gestes, des graphismes, des personnalités, et bien d'autres choses toute en conversation et en différentialité. Dans un monde d'île où les conversations ne se font pas, dans un monde sans « ensembles »[22], il n'y a pas de désirs. Pour Deleuze et Guattari (1972, 1980), « je désire toujours dans un ensemble » et le « désir coule toujours dans un agencement ». Le désir est nécessairement dans cette ouverture, dans ce flux, dans cette vie. Avec les apocalypses managériales, dans les apocalypses managériales (ensemble de narrations et d'images dévoilées et dévoilantes du désir indissociables de processus managériaux), il est bien sûr vie, mais vie détournée car adossée à un autre vivant exploité, consommé, aplati à l'extrême : notre planète. Par ailleurs, les agencements managériaux mettent en conversation les ensembles comme des événements passés, présents et futurs ou des contenants d'événements passés, présents et futurs. Ils n'impliquent pas seulement le

[21] Ce qui ne veut pas dire qu'un travail de soi sur soi, une éthique de soi et des processus de subjectivation profonds ne soient pas plus que jamais nécessaires et n'aient pas lieu (heureusement) régulièrement, notamment dans des moments de délégitimation.

[22] Deleuze insiste fortement sur ce point dans son anti-Œdipe comme dans l'entrée sur le « désir » de son *Abécédaire*. En revenant également vers Proust, il ajoute que l'on ne désire pas une femme/un homme, mais le paysage qu'il/elle enveloppe. Tant que le paysage n'est pas « déroulé » (il peut être redéroulé), le désir subsiste.

costume, son style, le paysage déroulé, mais les costumes passés, présents et futurs (au cœur de l'apocalypse), le style passé, présent et futur et le paysage passé, présent et futur et leurs énonciations. L'ensemble met également en conversation ses énonciations passés, présentes et futures, toutes désormais enracinées dans une futurité. La différence travaillée de plus en plus subtilement par le management est dans cette inter-événementialité. L'autre et les « meutes » font bien sûr parti des ensembles. Le désir coule et traverse toujours la multitude et la multitude avant tout. Et toute préhension d'ensemble, ce nexus de signes et de leurs différences préhende le plus souvent d'autres ensembles entremêlés et seulement dissociés par l'agencement managériale lui-même (ils peuvent être très ouverts et indiscernables dans une première expérience peu managérialisée). *In fine*, les technique de management ne sont rien d'autre que des modes de délimitation d'ensembles mis au service de la construction d'une valeur stratégique (marchande ou non-marchande). Les techniques de management brisent l'ouverture habituelle de l'expérience pour faire couler le désir vers un espace-temps valorisé.

Ce processus désirant n'est pas un contrôle ou une surveillance. Avec le management digital, il n'y a plus vraiment de surveillance. Il n'y a pas de surveillant et de surveillé (même alterné ou performé). Il n'y a non plus d'effet panoptique (la visibilisation asymétrique décrite spatialement par Jeremy Bentham et Michel Foucault ou plus informationnellement par Shoshanna Zuboff[23]). Il y a simplement un puissant processus (auto)désirant pouvant aliéner profondément les individués performés par l'agencement. Et c'est bien assez pour constituer une nouvelle forme de valeur stratégique indissociable du régime d'historicité (d'un point de vue phénoménologique) ou d'événementialité (dans une logique de métaphysique processuelle) post-digitale décrits dans mon livre.

2. **Repenser les valeurs stratégiques à partir des désirs apocalyptiques**

Les théories de la valeur ont une histoire très longue en économie politique et en philosophie. Les valeurs d'usage et d'échange, puis les formes de valeurs stratégiques théorisées dans le champ du management stratégiques nécessitent cependant d'être revues à l'aune des processus apocalyptiques du management digital.

La plupart des théories de la valeur supposent un tiers et un point de vue intégrant le valorisé. **Elles sont du plein plutôt que du vide.** Des acteurs font un effort de production, plus ou moins innovant, et d'autres acteurs distribuent et achètent les biens et les services de façon asymétrique ou symétrique. Le bien ou le service sont plus ou moins désirés sur un marché, ou alors ils ont une valeur d'usage (répondant elle aussi à des désirs fondant l'attente et le jugement de valeur). Mais dans notre monde digital puis post-digital, la valeur n'est plus un désiré. Elle est un désirant, un immense processus de désir indissociablement producteur de contenus, générateurs de consommation et installant de multiples affects au sein d'une économie. Il n'y a plus d'acteurs simultanément consommateurs et/ou producteurs, mais des lots de temporalités, des activités distribuées dans le temps et dans l'espace consommant *in fine* le monde lui-même.

Si la valeur est habituellement une cible atteinte à un moment ou à un autre, dans le cadre du management digital, toute la valeur et le désirant habite le futur seul et en tant que tel, ils ne sont finalement qu'anticipation, imagination, matérialité de prospective et d'attente, options plus ou

[23] Sur ces différents points, voir de Vaujany et al (2021) et Leclercq-Vandelannoitte (2022) pour une synthèse.

moins riches en fonction des inégalités dans le présent (elles-mêmes activant des désirs plus ou moins variés et intenses en fonction de cette richesse). La temporalité des valeurs apocalyptiques est tout entière placée dans les événements du futur. Elle est futurité.

Dans une logique stratégique de plus en plus apocalyptique[24], il n'y a plus de stratèges ou de nœuds stratégiques. Il n'y a plus que des processus stratégiques très ouverts, puissamment désirants, liés aux projets, aux points de concentration à l'œuvre sur les plateformes, à des publics plus déterritorialisés que jamais. Les valeurs stratégiques n'ont plus d'ancrage. Elles ne peuvent d'ailleurs que très difficilement s'ancrer. Elles ne sont pas véritablement co-produites (ce qui supposerait des cocréateurs identifiables au temps t). Les valeurs stratégiques sont dans la fluidité et le mouvement même du processus désirant, sa capacité (inégalement distribuée) à explorer des futurs, poser des options et éviter les « grumeaux » dans le présent. Le *Metaverse* est une prophétie allant pleinement dans cette direction.

Conclusion : « Apocalypse managériale » ou « Apocalypses managériales » ? De l'impossibilité fertile d'une réduction phénoménologique

Lors des présentations de l'ouvrage « Apocalypse managériale », on m'a souvent questionné sur le choix du singulier pour un phénomène empruntant de façon évidente à la multiplicité.

Dans mes réponses, j'ai évoqué la volonté de mettre en avant un concept. J'ai surtout développé le choix d'une très paradoxale « réduction »[25] en harmonie avec la philosophie enveloppée dans le moment historique étudié (la phénoménologie). Que peut-signifier une « apocalypse managériale » seule, pensée, ressentie comme une manifestation unique ? Comment est-on alors soi-même manifesté par cette expérience ? Comme pour toute réduction, l'exercice réductif touche immédiatement à l'ouverture du monde et à celle de toute phénoménologie. Ce révélé, ce dévoilement, ne prend son sens qu'au sein d'un « ensemble ». D'autres narrations (passée, présentes et futures). D'autres subjectivations. Il suppose une double relationalité : celle du lien entre le vide créé par le moment d'interruption, de suspension de la narration et le futur dévoilé (on annonce le futur), et celle du lien entre le complété proposé et le futur enfin dévoilé[26] (on énonce un futur précis). Nos agencements managériaux rendent bien sûr simultané ces deux mouvements. L'événement ouvre le présent et le renouvelle dans le même temps. Cet événement incomplétant est indissociable d'un régime plus large d'événementialité. Les liens entre ouverture et énonciation, entre événements passés, présents et futurs à l'œuvre dans les apocalypses managériales, sont spécifiques à chaque époque et ses modes d'existence du présent.

[24] Je n'évoquerai pas dans cette note les réflexions d'Ellul (2008) sur la théologie et l'apocalypse (vers des voies plus positives, où le mystère reste présent et l'expérience profonde).

[25] La « réduction » est chez Husserl « l'acte par lequel on met entre parenthèse le monde, lequel reste, néanmoins, là, dans la réduction. » (Russ, 1991 : 243). Elle est très liée à une autre notion, celle d' « époché » : « arrêt, interruption, suspension du jugement, état de doute » (Ibid : 89). Il s'agit d'explorer un phénomène, son mot et son image, de se questionner sur ce qu'ils sont, comment ils se manifestent à nous, comment on se manifeste en eux, d'interroger infiniment l'évidence et l'apparence du phénomène pour s'approcher finalement de sa manifestation la plus essentielle.

[26] Devenant progressivement un présent.

Mon titre au singulier est ainsi une impossibilité voire une absurdité fertile pour le concept lui-même d'apocalypses managériales, cette multiplicité à l'œuvre dans les agencements du management digital. Et ces apocalypses n'ont de sens que de façon désirée, prise dans le flux du vivant, en entrant en diffraction avec lui ; En le voilant également souvent au détriment de la profondeur phénoménologique de l'expérience ; En l'étirant parfois à l'extrême au risque d'abimer ou de réduire les plis de l'expérience métaphysique du monde, d'en effacer les trous et les voisinages étranges.

A chacun donc de développer ensemble une éthique de soi, de faire ce travail de soi sur soi évoqué dans ma leçon précédente (de Vaujany, 2021a). A nous de nous engager avec volonté et courage dans cet agonisme entre l'actualité de nos multiples « soi » et le présent, de cultiver des actualités engagées, joueuses, expérimentales, généreuses afin de réouvrir notre temps. Bien sûr, les apocalypses managériales pourront garder leur place et leur direction vers des progrès[27]. Elles restent un bien possible dans lequel je crois dans la mesure où précisément, une éthique de soi la réduit à une simple possibilité (parfois très bénéfique) et une communalité. Sur ce chemin, il sera possible de réinventer le management digital de l'intérieur. Peut-être pourra-t-on alors réexprimer un événement américain davantage tourné vers les communs ? Un commun par l'écart (de Vaujany, 2021b). Un commun de différences. Un commun politique, écologique, sociétal et managérial ne réduisant plus la profondeur des expériences à des bornes sans résonnance. A quand un « management vivant » ?

Références

Benjamin, W. (1921, 2019). *Le capitalisme comme religion*. Paris : Éditions Payot.

Burnham, J. (1941). Managerial revolution

Deleuze, G. et Guattari, F. (1972). *L'Anti-Œdipe*. Paris : Éditions Payot.

Deleuze, G. et Guattari, F. (1980). *Mille plateaux*, Paris : Editions de Minuit.

Debord, G. (1967). *La société du spectacle*, Paris : Gallimard.

Ellul, J. (2008). *L'Apocalypse : Architecture en mouvement*, Genève, Labor & Fides, 2e éd.

de Vaujany, F. X., Leclercq-Vandelannoitte, A., Munro, I., Nama, Y., & Holt, R. (2021). Control and surveillance in work practice: cultivating paradox in 'new' modes of organizing. *Organization Studies*, 42(5), 675-695.

de Vaujany, FX (2021a). « L'histoire du management entre présent et actualité : de Foucault à Merleau-Ponty », *4ème leçon inaugurale du cours TTN*, octobre 2021.

de Vaujany, FX. (2021b). « Entre représentation et participation : le management comme un écart », *Note de recherche RGCS*, n°6, février 2021.

de Vaujany, FX. (2022a). *Apocalypse managériale*, Paris : Editions Les Belles Lettres.

[27] Cette position évoquée dans mon livre et des présentations de celui-ci a étonné mais je la maintiens fermement.

de Vaujany, FX. (2022). Imagining the Name of the Rose with Deleuze: Organizational and Self World-Making on the Screen, *Culture and Organization,* forthcoming.

de Vaujany, F. X., & Mitev, N. (2017). The post-Macy paradox, information management and organising: Good intentions and a road to hell?. *Culture and Organization*, 23(5), 379-407.

de Vaujany, F. and Heimstädt, M. (2022). A Pragmatic Way to Open Management Research and Education: Playfulness, Ambiguity and Deterritorialization, *Organizações & Sociedade*, 39(102), à paraître.

Latour, B. (2019). « Troubles dans l'engendrement, entretien sur la politique à venir », *Revue du Crieur*, 3(14), pp. 60-73.

Leclercq-Vandelannoitte, A. (2022). The panopticon, an emblematic concept in management and organization studies: Heaven or hell? *International Journal of Management Review*, https://doi.org/10.1111/ijmr.12305

Russ, J. (1991). *Dictionnaire de philosophie*, Bordas : Paris.

Zask, J. (2015). *Introduction à John Dewey*. Paris : La Découverte.