

AFSCET

Res-Systemica

Revue Française de Systémique
Fondée par Evelyne Andreewsky

Volume 15, octobre 2016

Penser sans modèle ?
Emergence, créativité, sérendipité

Res-Systemica, volume 15, article 14

Quel modèle pour penser la réalité de l'entreprise
sans la découper en catégories ?

Marie-Laure Blanc

contribution reçue le 20 octobre 2016

4 pages



Creative Commons

Quel modèle pour penser la réalité de l'entreprise sans la découper en catégories ?

Marie-Laure Blanc^a

^aAFSCET - 15 octobre 2016¹

Résumé.

Les catégories pour désigner ce qui se joue dans l'entreprise sont nombreuses. Est – ce uniquement afin d'assurer que l'entreprise reste en phase avec son temps ou bien par incapacité à gérer le « grand bazar ² » – interne ou externe ?

Comment faire en sorte que chacun soit conscient que les mots ne sont pas une autre catégorie à part mais le seul moyen qui est donné à l'individu de créer et gérer la réalité ?

Nous avons conçu un modèle évolutif « en mastaba » afin de resituer les activités et disciplines de l'entreprise. Trois types de relation logique y sont utilisées : est un exemple de, n'est pas équivalent à, est un holonyme de.

Which pattern to think corporate reality without slicing it down in categories ?

Abstract

Many categories do exist to handle what happens in companies. Are all these categories designed to keep the company in line with their environment or does it show how unable they are to handle the “big bazar” inside or outside?

How can companies make sure everyone is aware words are not yet another category to deal with but the only way human beings have to create and manage reality ?

We designed a scalable mastaba type model in order to locate each activity and discipline of the corporation. We used three types of logical relationships : is an example of, is not an equivalent of, is a holonym of.

¹ Cette contribution soumise à Res-Systemica fait suite à une présentation donnée lors des Journées d'Andé 2016 autour du thème « Penser sans modèle ? Emergence, créativité, sérendipité ».

² S. Green. Good value : choosing a better life in business, Penguin, London, 2009.

Mots-clés : catégories, complexité, ontologie.

Introduction

Les catégories sont nombreuses pour désigner ce qui se passe ou non entre les individus au sein de l'entreprise: management, communication, éthique, communication, leadership.

Cette course à l'invention de la nouvelle catégorie « miraculeuse » atteste-t-elle d'une réelle évolution des pratiques de l'entreprise ou plus prosaïquement de la difficulté de l'humain à gérer « le grand bazar » ?

Derrière des catégories telles la « communication H to H (d'humain à humain) » ou les slogans à la mode comme « placer l'homme au cœur de l'entreprise » une seule chose est oubliée : chaque catégorie s'incarne par les mots qui se disent ou s'écrivent.

Dans un monde en accélération, complexe, incertain et chaotique, quel modèle peut permettre de penser la réalité de l'entreprise sans découper cette réalité en catégories ? Comment réembrayer ces catégories sur ce en quoi elles s'incarnent au quotidien : les mots.

1) Un modèle pour penser

Selon Karl Popper, un modèle simplifie, prédit et unifie. Cette définition du modèle fait écho à celle que Kant donnait de la pensée : [...] « Penser, c'est unifier des représentations en une conscience³ ».

Or, par pente douce, le système éducatif puis social fragmente notre réalité en disciplines, hiérarchies et frontières. Nous en venons à ne raisonner qu'à partir des caractéristiques spécifiques de la catégorie dans laquelle nous nous situons – sans nous resituer dans un ensemble plus vaste. Nous faisons mais n'incarbons pas.

Face à cette fragmentation, nous nous sommes inspirés de l'anastylose que pratiquent les archéologues : reconstituer les édifices effondrés en utilisant tant des matériaux anciens que nouveaux. Notre tentative de modèle s'inspire ainsi de :

- la définition de l'ontologie d'Aristote : « la science de l'être en tant qu'être indépendamment de ses caractéristiques spécifiques ».
- La définition des catégories du Professeur Christophe Roche : « les catégories sont des prédicats unaires qui se définissent par la conjonction de prédicats de plus haut niveau »⁴

³ I. Kant. Prolégomènes à toute métaphysique future, Vrin, Paris, 1993.

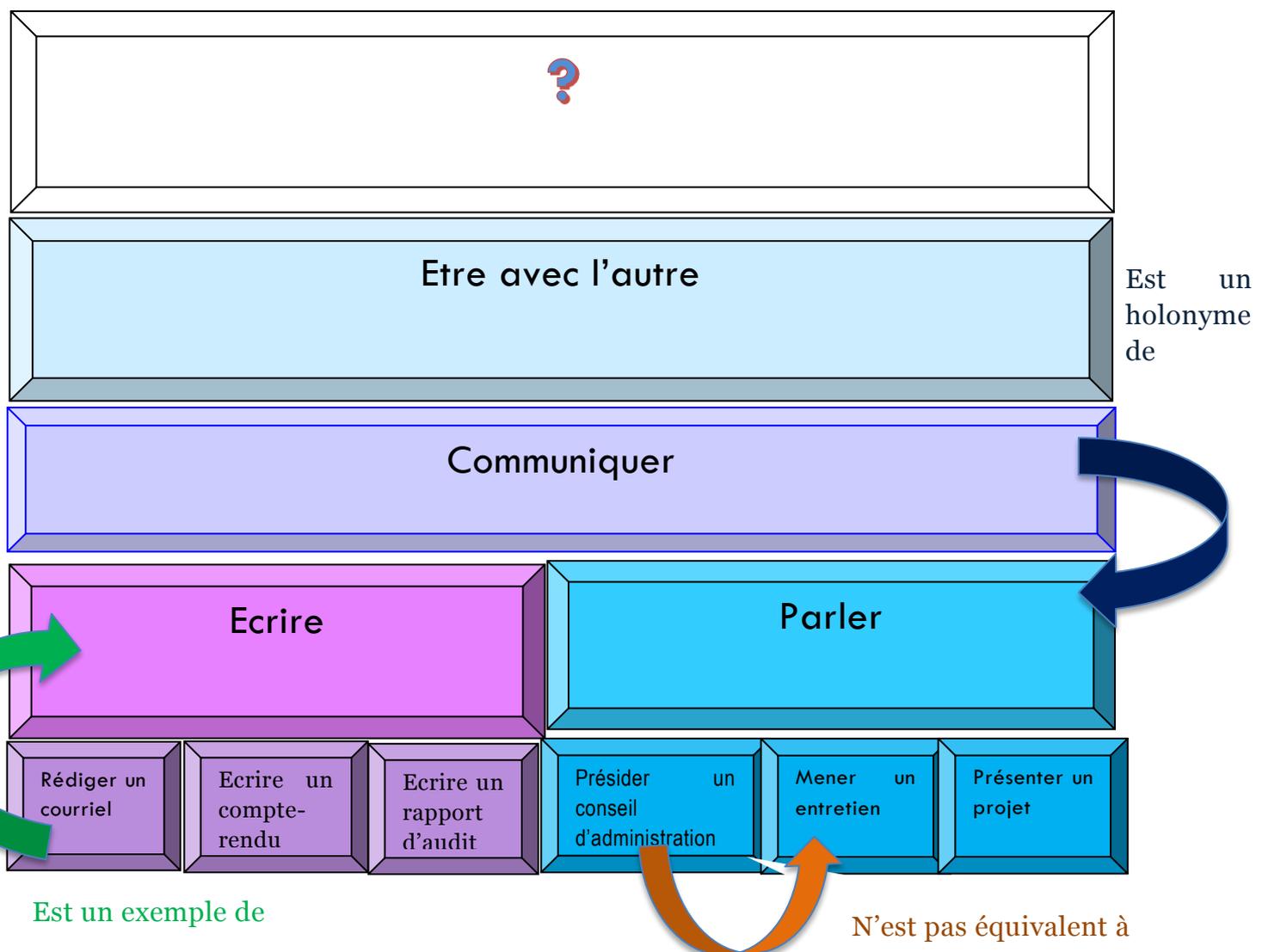
⁴ C.Roche, "La Construction d'Ontologies: Quel Constat." Journées Francophones d'Extraction et de Gestion des Connaissances. ECG. 2003.

2) une tentative de modèle en mastaba

Les briques de niveau 1 représentent des catégories d'activité pouvant être observées et identifiées facilement dans le quotidien de l'entreprise : rédiger un courriel, présider un conseil d'administration.

Chaque activité de niveau 1 est un exemple d'une activité de niveau 2 - plus vaste. La réalité des activités de niveau 2 est encore directement observable. Au fur et à mesure où l'on monte dans le modèle, la réalité de l'activité est de moins en moins observable de l'extérieur et relève de plus en plus de la façon dont chacun se situe dans la vie pour soi, les autres et le monde.

Figure 1.



Nous y introduisons trois types de relations :

- est un exemple de /méronyme. Proposée par Stanislaw Lesniewski, la méréologie est la théorie des touts et des parties.
- N'est pas équivalent à.
- est un holonyme de.

Le modèle se veut utile en situation et évolutif : chacun peut utiliser les différentes briques pour y inscrire les catégories qu'il « pratique » au quotidien et les resituer via les relations logiques dans une perspective plus vaste afin d'envisager les conséquences de ce qu'il dit ou écrit.

L'objectif final du modèle est de sortir de la logique du faire : faire de la communication, faire du management pour que chacun en conscience puisse incarner ce qu'il est au plus profond de lui – indépendamment de la catégorie dans laquelle il intervient.

En conclusion, deux questions :

- Jusqu'où doit aller le modèle ?
- Si en nous fiant à Descartes pour qui la pensée est le siège de l'âme, jusqu'où en dirigeant nos pensées –avec ou sans modèle – façonnons-nous notre âme à chaque mot que nous prononçons ou écrivons ?

Et une tentative de définition personnelle de ce qu'est un modèle : Est modèle ce qui offre non un cadre mais une direction à la pensée pour que toujours vers plus de conscience elle aille.

Références

- [1] S. Green. Good value : choosing a better life in business, Penguin, London, 2009.
- [2] I. Kant. Prolegomènes à toute métaphysique future, Vrin, Paris, 1993.
- [3] C. Roche, "La Construction d'Ontologies: Quel Constat." Journées Francophones d'Extraction et de Gestion des Connaissances ECG. 2003.