

# La science-fiction : une culture de l'innovation globale

Thomas MICHAUD\*

**Résumé :** La science-fiction participe à la création d'une culture globale de l'innovation. Elle est diffusée dans la plupart des pays développés pour promouvoir l'innovation technique et a motivé de nombreux acteurs du capitalisme à imiter les technologies utopiques représentées dans les films et romans populaires. L'enjeu de cet article est la définition de l'*habitus stratégique* dans un environnement culturel constitué de multiples centres de recherche et développement (R&D) organisés en réseau. Le management de la science-fiction est

nécessaire pour optimiser l'innovation à un niveau global. Après l'étape du filtrage idéologique de la science-fiction, la construction de filtres discursifs permet de gérer les systèmes productifs avec des considérations culturelles communes et normalisées. Les approches du sensemaking, du storytelling et de la « stratégie comme discours » sont utilisés au niveau théorique.

**Mots-clés :** science-fiction, *mimesis*, *catharsis*, *habitus stratégique*, filtre, filtre discursif

\*\*\*

## *Science fiction as a culture of global innovation*

**Abstract:** Science fiction participates to the creation of a global culture of innovation. It is diffused in most of the developed countries to promote

technical innovation and has motivated a lot of actors of capitalism to imitate the utopian technologies represented in these very popular

---

\* Docteur en sciences de gestion, LIPSOR-CNAM, thomachaud@yahoo.fr

movies and novels. The stake of this article is to define the *strategic habitus* in a cultural environment constituted of multiple centers of Research and Development (R&D) organized in network. The management of science fiction is necessary to optimize innovation at a global level. After the step of the ideological filtering of science fiction, the construction of discursive

philters permits to manage productive systems with common and normalized cultural considerations. The approaches of sensemaking, storytelling and “strategy as discourse” are used at the theoretical level.

**Keywords:** science fiction, mimesis, catharsis, strategic habitus, filter, discursive philter.

\*\*\*

## Introduction

La science-fiction constitue une culture très répandue chez les ingénieurs de toute la planète, et en particulier dans les grandes entreprises technologiques. Ces films et romans participent à une globalisation des thématiques innovantes, en mettant en scène des technologies utopiques qui deviennent souvent des innovations après plusieurs années de recherche et développement. L’innovation est un processus global impliquant des acteurs multiples mis en réseau sur toute la planète et dont un des points communs est l’imaginaire technique, et en particulier la science-fiction, très bien connue des employés, mais aussi des managers. La science-fiction participe à l’innovation selon différents procédés managériaux contribuant à la créativité des membres des équipes de chercheurs. Les thèmes développés dans les films de science-fiction contribuent à l’élaboration des stratégies des acteurs du capitalisme global qui développent leurs programmes de recherche conjointement et d’une manière complémentaire afin d’accélérer le processus de commercialisation des produits montrés dans les films à des consommateurs à la recherche de nouveauté. Cet article aura recours à de nombreuses références relatives à la création d’une culture globale pour optimiser l’innovation et à des analyses de sociologie de l’innovation et du courant de la stratégie comme discours dont les analyses et les références bibliographiques sont développées plus longuement dans ma thèse de sciences de gestion.

### **La création d'une culture globale**

La science-fiction, comme la cyberculture ou la technoculture, participe à la création d'une culture globale de l'innovation décrite par de nombreux auteurs depuis les débuts de l'ère des TIC dans les années 1980. Il s'agit d'une philosophie postmoderne, dont les principes furent préétablis dans les années 1970 et 1980, assurant l'avènement d'un capitalisme cherchant souvent à réaliser les inventions d'un imaginaire qui avait été libéré par les mouvements contreculturels des années 1960. La libération de l'imaginaire et la volonté de créer une société d'artistes, ainsi que la multiplication des utopies technologiques ou politiques, irriguèrent les discours managériaux et influencèrent les stratégies d'entreprises, notamment dans les secteurs de haute technologie. La science-fiction a proposé de nombreuses visions stratégiques, dans des secteurs très différents, en spéculant sur des trajectoires idéologiques ou utopiques visant à instituer des innovations au niveau du collectif sociétal, voire humain. Les grands enjeux du capitalisme sont souvent traités dans la science-fiction, particulièrement celle d'origine américaine, qui définit des perspectives futurologiques qui se réalisent souvent. De nombreux stratèges sont motivés par leurs références imaginaires, et certains ouvrages de science-fiction deviennent des références communes à plusieurs décideurs d'un même secteur, en raison de leur clairvoyance, ou de l'envie de ces acteurs de réaliser la vision technopolitique prescrite dans l'ouvrage. Il existe un ou plusieurs livres de science-fiction de référence par secteur économique. La science-fiction permet de fédérer des individus provenant de toutes les cultures, ce qui est propice à la science. Le multiculturalisme n'est efficace que s'il est soutenu par des références culturelles communes, dont la science-fiction est un des éléments fondamentaux. *Neuromancien* (1983), de William Gibson, puis *Le Samouraï Virtuel* (1992) de Neal Stephenson, furent des références lues des millions de fois par des acteurs de cultures souvent très différentes mais qui œuvrent collectivement pour la création des réseaux de réalité virtuelle. Dans le domaine de la robotique, les romans d'Isaac Asimov sont souvent très lus et appréciés par les ingénieurs et scientifiques de laboratoires du monde entier qui se souviennent souvent des lois de la robotique quand ils construisent un nouveau système technique. L'industrie spatiale utilise souvent des romans de science-fiction pour spéculer sur de nouvelles applications, et l'Agence Spatiale Européenne (ESA) a même répertorié les inventions de la science-fiction les plus utiles pour ses innovations du futur dans le rapport ITSF. Dans le domaine des biotechnologies et des technologies convergentes, le mouvement biopunk présente déjà quelques romans de références. Concernant les greffes d'organes, le roman de Larry Niven *A Gift From Earth* (1968) traite du problème des dons d'organe et de la création d'éventuelles organisations criminelles visant à les détourner dans la perspective de générer du profit. Il s'agit d'une expérience de pensée sur l'impact de la mise en place de techniques de greffe d'organes très sophistiquées sur la gestion de la société. Ces romans de référence constituent le fondement de rêves collectifs dans les communautés scientifiques

chargées de mettre au point des innovations. La science-fiction française a tendance à envisager les problèmes relatifs à l'innovation pour faire réfléchir le lectorat sur des enjeux éthiques, alors que la science-fiction anglo-saxonne propose des délires souvent très poussés difficilement compréhensibles ou appréciables par les autres cultures ou civilisations, ce qui explique la critique des opposants à une idéologie de l'Empire américain qui utiliserait la science-fiction pour assurer son hégémonie planétaire<sup>1</sup>. La science-fiction américaine connaît pourtant un succès important en France, mais aussi dans les autres pays alliés des États-Unis, qui sont les leaders de ce courant depuis la fin de la seconde guerre mondiale. Si les français furent des précurseurs importants pendant le dix-neuvième siècle avec des auteurs comme Verne, Robida ou De Chousy, la première guerre mondiale marqua un coup d'arrêt à ce type de spéculations pour laisser la place à un principe de réalité relatif aux millions de morts. Suite à cela, Hugo Gernsback réactiva les principes de l'imaginaire technique de la science-fiction aux États-Unis, et l'industrie de l'imaginaire développée aux alentours d'Hollywood assura une nouvelle prospérité au genre, qui fut associé au processus de décision du capitalisme libéral dont les américains devinrent les chefs après la victoire de la seconde guerre mondiale et le largage des bombes nucléaires sur le Japon.

*La diffusion d'une culture globale.*

La diffusion de la science-fiction à un très large public grâce à la mondialisation a permis la constitution d'une cognition globale, c'est-à-dire d'une conscience d'individus de territoires très différents de leurs intérêts à travailler conjointement pour la construction d'un monde ressemblant aux utopies ou mondes du futur présentés à la télévision, au cinéma, ou dans les autres médias. L'intérêt de la science-fiction, et de la technoculture, est de créer un pacte social global autour de visions du futur communes et collectivement appréciées. Bien que souvent contestées pour leur violence ou pour diffuser des valeurs postmodernes éloignées des valeurs traditionnelles, ces œuvres sont en général respectées pour leur utilité dans le management des employés des secteurs technologiques, qui en sont en général des consommateurs réguliers. La technoculture est souvent très appréciée par les ingénieurs et les techniciens, qui y trouvent un moyen de se distraire d'une manière intelligente, compatible avec leur activité professionnelle. Robert J. S. Ross évoque un « Nouveau Léviathan » pour définir le pacte social du techno-capitalisme dans *Global capitalism : the new leviathan* (1990). Les principales puissances

---

<sup>1</sup> Billotte Pierre-José, *Nous deviendrons immortels, Super-héros, Scientologues, Transhumanistes, etc*, Les Editions Publibook, 2009. L'auteur explique comment la science-fiction a structuré l'Amérique, estimant entre autres que la science-fiction américaine n'est pas de la fiction, et soulignant les liens entre ce genre et différents courants spirituels venus d'Europe comme le protestantisme, ainsi que l'intérêt des prolongements contemporains de ces livres et romans, que sont les courants scientologues ou transhumanistes, de plus en plus influents, surtout pour promouvoir les biotechnologies et la conquête spatiale.

nucléaires de la planète sont à la tête de l'industrie de l'imaginaire technique. Les Etats-Unis sont les leaders et ils furent les premiers à posséder l'arme nucléaire. Puis vient la France, qui dispose d'un nombre de références assez important. Le Japon n'est pas une puissance nucléaire mais fut le premier territoire nucléarisé, ce qui lui provoque des délires imaginaires relatifs à la civilisation du nucléaire. Ces récits sont souvent des chefs d'œuvre cependant assez éloignés des considérations morales traditionnelles, bien que ne les contestant que très rarement, voire même y faisant fréquemment référence avec respect. La culture postmoderne fut définie comme schizoïde par un de ses premiers théoriciens, Ihab Hassan, dans *The Dismemberment of Orpheus : Toward a Postmodern Literature* (1971). Il évoquait ce concept un peu avant Lyotard, qui demeure cependant un des théoriciens de la postmodernité les plus célèbres avec son ouvrage *La condition postmoderne* (1979), et qui se distingue du californien d'origine égyptienne par son approche de la postmodernité en terme de société du savoir et de la connaissance, et non en terme de construction d'une société schizoïde devant remplacer une société paranoïaque. Les deux approches, avec celle du marxiste Frederic Jameson sont intéressantes et complémentaires car elles permettent de comprendre la contribution du postmodernisme au capitalisme global, principalement sous son angle managérial, comme l'indique le titre du livre de Jameson *Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism* (1992).

### *Science-fiction et storytelling*

La multiplication des centres de recherche dans le monde pourrait générer des innovations contradictoires s'il n'existait pas une culture globale de l'innovation à laquelle la science-fiction participe. L'innovation en réseaux<sup>2</sup> exige des références imaginaires communes aux chercheurs de toute la planète pour générer une cognition globale dont l'utilité est l'harmonisation des politiques d'innovation et l'orientation des recherches vers des perspectives collectivement préétablies grâce à des prophéties dont l'origine est souvent assimilée à Dieu ou à une forme de spiritualité de la science, selon les confessions des chercheurs. Ces prophéties alimentent la foi des chercheurs dans le progrès technoscientifique et irriguent le système en représentations du futur de technologies diffusées dans tous les centres névralgiques de l'innovation planétaire. Les Orange Labs, les Bell Labs, ou tous les autres grands laboratoires de recherche et développement comme le MIT orientent leurs recherches vers la réalisation de technologies dont le design le plus édulcoré est représenté dans la science-fiction, dont le courant cyberpunk constitue pour de nombreux théoriciens l'apothéose de la postmodernité. Si ces délires sont le produit des expériences scientifiques, leur cristallisation sous la forme de films ou de romans à succès assure l'adaptation d'un public d'experts ou de profanes passionnés à la nécessité pratique de diffuser ces technologies commercialement. La sociologie

---

<sup>2</sup> Richir Simon, *L'innovation à l'ère des réseaux*, Hermes Sciences Publications, 2004.

des sciences de Merton a montré que les scientifiques raisonnaient d'une manière tribale, comparable aux comportements des tribus primitives, mais dans des environnements très sophistiqués, comme les laboratoires de recherche et développement. Il est donc normal de constater une mythologie inhérente à ce type de groupes sociaux, qui partagent des croyances collectives orientant et régulant leurs comportements, ainsi que leurs discussions. Il n'est pas rare que des équipes de recherche partagent un même délire issu d'un film ou d'un roman, ce qui assure les identifications des individus à des héros ou à des personnages convenables qui contribuent à la structuration de leurs identités dans les projets. Le storytelling est une pratique de plus en plus utilisée dans ce type d'organisations, dans le but de gérer des acteurs caractérisés par leur intelligence souvent supérieure à la moyenne et cultivés, comme l'explique Christian Salmon dans *Storytelling, la machine à formater les esprits* (2007).

### **La gestion de l'imaginaire par l'entreprise**

Certains experts de finance comportementale ont estimé que le krach boursier dans le secteur des télécommunications en 2001-2002 était lié à un excès d'optimisme probablement lié à une croyance trop importante dans l'idéologie californienne, le New Age, et les nombreuses théories pseudo-scientifiques issues de la science-fiction. Les croyances jouent un rôle très important dans l'élaboration des comportements des investisseurs et des consommateurs, selon Norbert Alter. La dimension cognitive de l'économie est notamment structurée par les discours stratégiques, qui orientent les comportements des acteurs. Si la science-fiction doit être contrôlée pour éviter des débordements délirants, elle est aussi un élément très important pour le développement des entreprises technologiques, principalement du secteur des télécommunications, habitué à développer des stratégies en rapport avec les thèmes du courant cyberpunk. La construction des équilibres cognitifs dans l'entreprise est très importante et implique une gestion précautionneuse des délires alternatifs ou imaginaires. Si les employés développent souvent des interprétations inspirées par des cultures de dominés ou des contrecultures, les stratèges doivent inclure leur cognition dans un système capable de filtrer et de réinterpréter les systèmes idéologiques et imaginaires orientés vers l'entreprise. L'entreprise doit souvent se protéger de ces systèmes en raison de leur agressivité. La gestion des récits imaginaires repose, aussi bien dans l'entreprise qu'en dehors, sur une dialectique aristotélicienne, quasiment inéluctablement. Les acteurs considèrent les récits, et en particulier les technologies qui s'y trouvent, comme des utopies ou des dystopies, et procèdent à des phénomènes de mimesis ou de catharsis, c'est-à-dire d'imitation ou de rejet. Le comportement des acteurs vis-à-vis des fictions techniques se comprend finalement à la lueur de la philosophie d'Aristote, même si les ères technophiles ont davantage tendance à vouer des cultes mimétiques aux inventions technoscientifiques des récits imaginaires telles que la science-fiction ou la cyberculture qu'à les réprimer.

*Du filtrage de l'imaginaire aux philtres discursifs*

La gestion de l'imaginaire à l'intérieur de l'entreprise est une question complexe, soumise au respect d'une législation ne permettant pas une répression trop radicale, mais cependant suffisamment stricte pour assurer le filtrage idéologique de la science-fiction pour assurer sa traduction et son incursion optimale dans un discours stratégique supérieur hiérarchiquement<sup>3</sup>. Le système cognitif des employés doit contribuer à la mise en place de la stratégie par la transmission des délires science-fictionnels qui peuvent contribuer à structurer l'autorité du discours hiérarchique. Les discours délirants ne sont cependant acceptés dans l'entreprise que jusqu'à un certain point. Après, ils peuvent être éliminés du système productif. Le système cognitif des employés doit répondre à des normes, et ne doit pas présenter trop de schèmes subversifs. La science-fiction constitue un indicateur de cognition subversive potentielle et il n'est souvent pas bien vu de la hiérarchie d'évoquer ce sujet en présence des managers sous peine d'être considéré comme un individu moyen, pour ne pas dire puéril, ou délirant. Des employés sont chargés de l'« idéologie » de l'imaginaire des marchés, c'est-à-dire de leur cartographie mentale. Le but est de déterminer le fonctionnement cognitif des marchés afin de permettre aux stratèges de rendre leur discours plus opératoire. C'est la raison pour laquelle il existe différents types de chercheurs qui travaillent sur l'idéologie de la science-fiction. Ces multiples recherches constituent une idéologie de la science-fiction, c'est-à-dire une somme d'études précises sur ce sujet, le terme « idéologie » étant utilisé au sens initial de Destutt de Tracy qui le définit comme une « science des idées » dans ses *Eléments d'idéologie* (1801) et qui fut par la suite développé sous différentes formes comme les cartes cognitives. Ces activités de clarification contribuent à l'élaboration du discours stratégique et à la dynamique de la cognition managériale. Les courants du sensemaking et de la stratégie comme discours sont particulièrement intéressants pour comprendre les processus en action dans les organisations menant à l'élaboration de discours stratégiques inspirés par des fictions d'origines multiples puis rationalisées par des systèmes de contrôle du sens dont les caractéristiques varient selon les secteurs et les types d'entreprises, bien que menant souvent à une rationalisation uniforme et normalisée. Le courant du sensemaking est théorisé par Karl E. Weick dans plusieurs de ses publications et en particulier dans son ouvrage de référence *Sensemaking in Organizations* (1995), et celui de la stratégie comme discours est développé par exemple par Damon Golsorkhi dans *La fabrique de la stratégie : une perspective multidimensionnelle* (2006).

---

<sup>3</sup> Sur la gestion des contrecultures et des subcultures dans l'entreprise, voir : Hunt James G., *Organizational Behavior*, Wiley, 2004, p. 265.

*La construction de l'habitus stratégique*

La construction de l'habitus stratégique passe par l'assimilation de nombreuses données, dont l'établissement passe par des veilles ou des études scientifiques. Les stratèges imposent un discours très inspiré par la science-fiction aux ingénieurs en leur demandant de travailler spécifiquement sur des thèmes qui les intéressent, ayant une validité prospective par exemple. De la sorte, toute l'entreprise est irriguée et inspirée par les rêves technologiques des stratèges, chargés d'orienter l'organisation vers une construction entrepreneuriale des marchés. Le stratège présente un discours stratégique sous la forme d'un philtre, qui intègre souvent le produit du filtrage idéologique préalable de l'imaginaire des marchés par les idéologues de l'entreprise. Suite au filtrage de multiples discours d'acteurs différents, le manager élabore un discours stratégique. Le filtrage idéologique mène à la création de discours stratégiques assimilables à des philtres discursifs d'entreprise assurant la diffusion harmonieuse de la stratégie auprès des employés et des marchés. L'habitus est un concept principalement développé chez Saint Thomas d'Aquin<sup>4</sup> et Pierre Bourdieu<sup>5</sup>, dans la continuité de la philosophie d'Aristote. Il établit de quelle manière se construit l'identité en fonction d'aspirations intériorisées et en relation avec l'environnement social. L'habitus stratégique désigne l'identité des managers, dont une partie est structurée par l'intériorisation d'un imaginaire prophétique et une autre partie est établie par ses relations avec des systèmes culturels plus ou moins reconnus par les systèmes normatifs. Outre les connaissances élémentaires relatives aux fonctions de managers, le stratège peut aussi acquérir des connaissances spécifiques relatives à des cultures alternatives ou parallèles, notamment s'il évolue dans des secteurs impliquant des connaissances de références philosophiques ou culturelles spécifiques. Dans ces conditions, sa connaissance de la contreculture passe par un filtrage, afin de ne pas nuire à son habitus stratégique fondamental, structuré au préalable par des formations ou des étapes de normalisation difficilement modifiables. Il n'est pas souhaitable, par exemple, qu'un manager soit immergé trop intensément dans une contreculture, car il pourrait perdre tous ses repères initiaux de gestion d'équipe. Il peut cependant fréquenter des personnes dotées de ce type de capital intellectuel pour mieux se documenter et mieux diriger par la suite ses collaborateurs, ou mieux comprendre leurs discours, quand ils sont très inspirés par

<sup>4</sup> « Ce qui spécifie un *habitus* est l'objet envisagé formellement et proprement, et non un but envisagé accidentellement et matériellement », Thomas d'Aquin, *Somme Théologique*.

<sup>5</sup> « [...] l'habitus est le produit du travail d'inculcation et d'appropriation nécessaire pour que ces produits de l'histoire collective que sont les structures objectives (e. g. de la langue, de l'économie, etc.) parviennent à se reproduire, sous la forme de dispositions durables, dans tous les organismes (que l'on peut, si l'on veut, appeler individus) durablement soumis aux mêmes conditionnements, donc placés dans les mêmes conditions matérielles d'existences. », Bourdieu Pierre, *Esquisse d'une théorie de la pratique*, p. 282.



de telles approches. L'habitus stratégique est modifiable pour s'adapter à l'environnement. Le manager a d'ailleurs intérêt à s'adapter à des situations alternatives quand le capitalisme évolue, et qu'une contreculture devient dominante, pénètre les marchés de masse. C'est alors que des formations peuvent être proposées dans les entreprises pour initier les employés au lexique et aux codes sociaux des membres des cultures émergentes irriguant les marchés de masse. Les services de marketing invitent souvent des personnes des contrecultures pour des interviews, ou des conférences, en échange de contrats ou de sommes d'argent, afin de présenter les nouvelles pistes de recherche aux employés chargés de développer de nouveaux produits. L'arrivée des contrecultures est cependant associée à une hygiénisation de ces discours et de ces pratiques afin d'éviter qu'elles corrompent les mœurs entrepreneuriales, selon des protocoles de filtrage et de purification discursive. L'habitus stratégique des employés, et des managers, passe aussi par une connaissance des alternatives instrumentalisables dans un cadre professionnel. Il s'agit d'une nécessité pour des raisons de mimétisme avec les marchés et les cultures vecteurs de rêves et de désirs d'achat.

## Conclusion

La stratégie est construite comme un discours. Elle repose sur un filtrage des discours provenant de l'extérieur de l'entreprise. La science-fiction est un genre souvent très critiqué en raison de sa violence. De multiples arguments moraux la condamnent, et l'entreprise ne peut pas l'assimiler dans son discours stratégique sans la traiter au préalable selon une méthode nommée « filtre idéologique ». Il existe trois étapes principales dans la gestion de la science-fiction. Tout d'abord, la science-fiction est, comme à l'extérieur, réprimée auprès des employés, qui doivent veiller à ne pas en abuser, car elle est un symptôme de puérité ou de schizophrénie. D'autre part, certains employés sont chargés de la traiter et de la filtrer pour l'adapter au style discursif de l'entreprise. Enfin, les stratèges proposent un philtre discursif, c'est-à-dire un discours fédérateur susceptible de convaincre les investisseurs, les employés et les consommateurs de produire et d'acheter des produits déjà vus dans les romans ou films de science-fiction.

## Bibliographie

- BERGER, René, 1996, *L'origine du futur*, Monaco, Ed. du Rocher.  
DERY, Mark, 1997, *Vitesse virtuelle, la cyberculture aujourd'hui*, Paris, Abbeville.  
Golsorkhil Damon, 2006, *La fabrique de la stratégie : une perspective multidimensionnelle*, Vuibert.  
LATOURE, Bruno, 1989, *La science en action*, Paris, Ed. La Découverte.  
LATOURE, Bruno, 1993, *La vie de laboratoire*, Paris, Ed. La Découverte.

180 Thomas MICHAUD

MICHAUD, Thomas, 2009, *La stratégie comme discours : l'utilisation de la science-fiction dans les projets de réalité virtuelle des Orange Labs*, Thèse de science de gestion, LIPSOR-CNAM.

WEICK, Karl E., 1995, *Sensemaking in Organizations*, Thousand Oaks, CA:Sage.

\*\*\* 1998, *Virtual futures: cyberotics, technology and post-human pragmatism*, Ed. by Joan Broadhurst Dixon & Eric J. Cassidy, London, New York, Routledge.