



Retour à l'entrepreneur : le pragmatisme de James

Michel MARCHESNAY

Professeur émérite - ERFI, Université de Montpellier

RETOUR A L'ENTREPRENEUR :LE PRAGMATISME DE JAMES

Michel MARCHESNAY

Professeur émérite

ERFI, Université de Montpellier,

michel.marchesnay@wanadoo.fr

RESUME

Les chercheurs en entrepreneuriat s'intéressent à un degré croissant à l'entrepreneur dans sa totalité, au-delà des seuls traits et actions observés. Le pragmatisme de William James, par son empirisme radical, répond à cette ambition, car il part des représentations mentales, de la relation entre les « percepts » et les « concepts » pour la prise de décision actionnable, jugée satisfaisante et utile, individuellement et socialement. L'approche pragmatique envisage l'entrepreneur dans son idiosyncrasie, et la façon dont il mobilise les concepts et les modèles de gestion. Le pragmatisme, en privilégiant le relativisme des choix, l'indéterminisme des situations, et le pluralisme des référentiels, souligne la multiplicité des concepts mobilisés. Elle nécessite de prolonger les études dans la durée et de faire appel à plusieurs disciplines, notamment des sciences humaines et sociales. Des exemples d'application de la démarche pragmatique sont présentés.

MOTS-CLES

Entrepreneur, épistémologie, cognition

RETOUR A L'ENTREPRENEUR :LE PRAGMATISME DE JAMES

RESUME

Les chercheurs en entrepreneuriat s'intéressent à un degré croissant à l'entrepreneur dans sa totalité, au-delà des seuls traits et actions observés. Le pragmatisme de William James, par son empirisme radical, répond à cette ambition, car il part des représentations mentales, de la relation entre les « percepts » et les « concepts » pour la prise de décision actionnable, jugée satisfaisante et utile, individuellement et socialement. L'approche pragmatique envisage l'entrepreneur dans son idiosyncrasie, et la façon dont il mobilise les concepts et les modèles de gestion. Le pragmatisme, en privilégiant le relativisme des choix, l'indéterminisme des situations, et le pluralisme des référentiels, souligne la multiplicité des concepts mobilisés. Elle nécessite de prolonger les études dans la durée et de faire appel à plusieurs disciplines, notamment des sciences humaines et sociales. Des exemples d'application de la démarche pragmatique sont présentés.

O. Introduction : à la recherche de l'entrepreneur perdu.

Le « champ académique » de l'entrepreneuriat a été essentiellement « cultivé » par deux disciplines, l'économie et la gestion, même si l'on observe, et ce de façon croissante, des incursions de disciplines « génétiquement modifiées » (Steyaert, 2007).

Pour l'essentiel, la recherche en entrepreneuriat s'est fondée, en économie, sur un concept absolutiste, inapte à saisir la dynamique de l'entrepreneur, et, en management, sur des concepts positivistes, inaptes à saisir les processus mis en œuvre « réellement ». En conséquence, l'appareillage techno-scientifique de la recherche académique et praticienne peut être considéré comme peu traduisible et largement éloigné des préoccupations du commun des entrepreneurs, faute de les saisir dans leur réalité.

L'essor des recherches dites « qualitatives » ou de la « *grounded theory* », l'intérêt porté à des notions comme l'abduction, l'opportunité, la proximité, l'encastrement, manifestent une égale insatisfaction du côté des chercheurs. Chacun sent bien que les typologies (weberiennes ou durkheimiennes) et autres « tests d'hypothèses » répondent imparfaitement à l'exigence praxéologique de théories et modèles « actionnables », qui seraient conformes à une demande sociale de plus en plus pressante, dans une Société où l'entrepreneuriat acquiert une légitimité croissante.

On a amplement montré que la théorie économique orthodoxe, à prétention universaliste, est absolutiste, moniste, irréaliste, statique, etc. Hyper déductive, elle n'a pas vocation à appréhender toute la complexité de l'entrepreneur, qu'elle réduit à quelques fonctions économiques. Pour paraphraser une expression de Baumol à propos de la théorie néo-classique de la firme, elle oublie « le héros principal de la pièce », à savoir l'entrepreneur, dans toute sa plénitude d'homme connaissant et agissant. Elle le réduit, pour reprendre une expression de Marcuse, au rôle d' « homme unidimensionnel ».

De leur côté les théories « gestionnaires » de l'entrepreneur se rattachent à la tradition de l'empirisme logique et à la sociologie durkheimienne. Elles dressent des classifications, à visée taxonomique ou typologique, d'entrepreneurs. Elles recherchent des relations contingentes entre des variables de comportements dits « entrepreneuriaux », des structures organisationnelles ou concurrentielles, et des performances managériales. Mais, là encore, l'individu s'efface au profit du groupe, il n'existe qu'en tant que fait supposé objectivement observable.

La philosophie pragmatiste devrait contribuer à sa réinstallation au centre de la scène. Le mouvement pragmatiste, né dans le dernier tiers du 19^e siècle, se propose en effet de construire une théorie empirique de la connaissance et de l'action à partir du flux de conscience de l'individu, dont l'entrepreneur constitue une figure privilégiée¹.

Dans un premier temps, nous tenterons d'exposer brièvement les traits essentiels de la conception du pragmatisme par l'un de ses maîtres majeurs, à savoir William James. Nous essaierons de montrer parallèlement comment l'application de ses thèmes dominants devrait enrichir considérablement la connaissance de l'entrepreneur. Dans un deuxième temps, nous esquisserons ce que devrait être un programme de recherche fondé sur le pragmatisme de James.

1. Le pragmatisme de William James

1.1. Qu'est-ce que le pragmatisme ?

Le pragmatisme fut longtemps au cœur de la pensée philosophique de la Nouvelle Angleterre, avant d'être supplanté par l'empirisme logique de type poppérien. Mais, de nos jours, il connaît un retour sur le devant de la scène, même s'il n'a jamais été abandonné à Harvard. Il est symptomatique que, longtemps délaissé et incompris en France, la quasi-intégralité des travaux ont été (enfin) traduits ou réédités au cours des dix dernières années, auxquels il faut ajouter des ouvrages et articles de philosophes des sciences français, mais aussi en sociologie et en management, dont il sera fait état.

Les principaux auteurs sont : d'abord Charles Peirce, que l'on peut considérer comme le pionnier de ce qu'il appelle le « pragmaticisme », notamment par sa définition de l'abduction ; ensuite, William James (décédé en 1911) que l'on considère comme le fondateur de la philosophie pragmatiste ; enfin, John Dewey, concepteur d'un pragmatisme dit « instrumentaliste », qui exerça la plus forte et la plus longue influence aux Etats-Unis (il mourut en 1952) . Ainsi, la méthode des cas de Harvard fut justifiée, sinon créée, par les travaux de Dewey (qui professait à Chicago) relatifs à la façon dont on doit « enquêter », résoudre un problème qualifié de « nouveau » (Marchesnay 2010). On cite d'autres auteurs anglo-saxons, notamment Schiller, à Oxford, qualifié de « pragmatiste humaniste », ou divers philosophes continentaux (français, italiens, etc.).

1.2 Qui était William James ?

Si William James est considéré comme un philosophe de la connaissance et de l'action, il s'agit avant tout d'un scientifique. Il crée à Harvard en 1872 le premier laboratoire de psychologie expérimentale, à l'instar de ce qui se faisait en Europe, et notamment en France (travaux de Janet et Binet). Ses idées sur la perception, la représentation, la conceptualisation émanent d'expériences, et c'est à ce titre qu'ils intéresseront Bergson. Ses aperçus sur le rôle

¹ La redécouverte récente en France du pragmatisme s'est surtout référée à l'abduction, au sens de Peirce ou Dewey, alors que la recherche en management baigne dans l'empirisme logique, ce qui semble pour le moins paradoxal !.

des religions et des mythes, sur celui de l'hypnose ou de l'hystérie sont en relation étroite avec les travaux de cliniciens, comme Charcot, voire avec la psychanalyse freudienne en émergence.

La biographie de William James dessine une vie entièrement consacrée à l'enseignement et la recherche universitaires. Né à New York le 11 janvier 1842, il est un parfait représentant de l'élite intellectuelle de la Nouvelle Angleterre. La carrière universitaire de William James se sera déroulée à Harvard, de trente à soixante-cinq ans. Ses domaines d'enseignement et de recherche seront : la physiologie (chef de travaux à trente ans), puis la philosophie (« assistant professor » à 38 ans, et professeur à 43 ans), et enfin la psychologie (à partir de 47 ans). Handicapé par ses problèmes cardiaques, justifiant de nombreuses cures en Europe, il meurt trois ans après sa retraite, en 1910, à 68 ans.

William James fut en étroite relation intellectuelle avec les philosophes européens et plus particulièrement français. Ainsi, son ouvrage posthume consacré à « *Some Problems of Philosophy* » (1911, nouvelle traduction française, 2006) est dédié au philosophe français Charles Renouvier, pionnier de l'indéterminisme en sciences expérimentales, sans qui, affirme-t-il, il n'aurait pu se libérer, « au cours des années soixante-dix », de la « superstition moniste ». Son ouvrage sur le pragmatisme, qu'il dédie à John-Stuart Mill, sera publié en français en 1911, avec une préface « bienveillante » d'Henri Bergson. Enfin, Emile Durkheim consacrera un cours, en 1913-1914, à « Pragmatisme et Sociologie », dont les notes seront éditées, à l'instigation de Marcel Mauss, en 1955.²

2. Le pragmatisme selon James

2.1 Les thèmes majeurs

Prosélytes et détracteurs de William James s'accordent sur la difficulté à bien toujours saisir le fil de son discours, compte-tenu d'un style parfois obscur. Il est vrai que nombre d'écrits émanent de conférences. Cependant, les thèmes sur lesquels il axe ses exposés (livres, articles, conférences) sont en définitive bien circonscrits. Stéphane Madelrieux (2008, page 490) propose un classement (plutôt qu'une classification) en trois grands champs :

-1°) Celui de la « psychologie naturaliste », correspondant aux travaux effectués au sein du laboratoire que William James avait créé à Harvard. Ce champ est abordé selon trois thèmes : celui des données immédiates de la conscience, pour reprendre l'expression de Bergson ; celui de la sélection de ces données par l'esprit de chaque individu ; celui des relations fonctionnelles entre le cerveau et le système nerveux central et de leur évolution.

-2°) Celui de la philosophie empiriste, impliquant la défense d'un empirisme « radical », c'est-à-dire total (sans doute par opposition à l'empirisme logique), fondé d'abord sur les perceptions et représentations individuelles, à l'exclusion de toute reconstruction « théorique » intangible, statique, etc. James prône l'indéterminisme des opérations de sélection par l'individu et de fonctionnement du système cognitif. Il défend le « pluralisme » contre le « monisme » propre aux constructions rationnelles « pures », censées représenter la « Science » officielle à son époque.

Le pragmatisme, appelé aussi par James praxéologie (terme proposé par Sombart), est présenté d'abord comme une méthode pour aborder et « résoudre » les problèmes, et ensuite comme une philosophie remettant en cause les notions de « connaissance » et de « vérité ». Celles-ci sont abordées dans une optique qu'il nomme « mélioriste », dans la mesure où la

² Ses travaux majeurs sont cités en bibliographie. On notera qu'Emile Durkheim, sociologue et non psychologue, est assez fortement critique. La préface de Bergson, plus philosophe que psychologue, est également très distanciée...

logique d'action de l'individu le pousse à rechercher sans cesse la solution la plus « satisfaisante »- thème sur lequel on évoque surtout Dewey.

-3°) Celui du rôle du subconscient dans les processus cognitifs, qu'il s'agisse des pathologies ou des états « hors normes ». William James débouche sur des questions touchant au rôle de la religion, ou plutôt « des » religions. Adoptant une position syncrétiste, polythéiste, il s'interroge enfin, selon Madelrieux, sur les autres voies d' « amélioration » des satisfactions des besoins de l'espèce humaine, en évoquant le rôle des guerres, ou des « héros moraux ». Ce volet, sans doute le plus controversé, a été exploité par certains détracteurs du pragmatisme pour en caricaturer la formulation. D'autres adeptes du pragmatisme, y compris dans des publications très récentes, en retiennent l'intérêt manifesté par William James pour les approches de para-psychologie, les situations cliniques, le rôle de l'intuition (entre l'abduction de Peirce et l'anamnèse bergsonienne), voire le recours aux hallucinogènes, comme la mescaline, qui ouvre, pour reprendre le titre d'un ouvrage d'Aldous Huxley, « les portes de la perception ».

James se veut avant tout philosophe, contrairement à Dewey, qui s'intéressera aux questions de gestion. Toutefois ces trois thèmes interpellent les chercheurs en entrepreneuriat, que l'on songe aux questions de sérendipité, d'opportunité, de cognition, de sémiologie (Deleuze verra en James le plus grand philosophe du début du XX^e siècle, pour son apport sur le rôle des signes).

2.2 L'empirisme radical

En première instance, James tient à faire une distinction entre la philosophie et la science, en posant que celle-ci, depuis le *logos* de la pensée grecque, est restée trop longtemps soumise à des questions philosophiques, voire métaphysiques, qu'il s'agisse de la filiation rationaliste (Descartes) ou empiriste (Hume). Aussi, tout en rappelant le mot de Coleridge selon lequel « *chacun naît platonicien ou aristotélicien* », James souligne que le problème fondamental, non résolu « scientifiquement », concerne la nature de l'être.

James soutient que l'homme accède à la conscience de soi au travers d'expériences, et la question métaphysique est alors purement hypothétique, laissant ouvert le dilemme entre l'attitude rationaliste et l'option empiriste. On dira plus tard entre l' « être » absolu (« en un seul coup ») et l' « étant » relatif (« par morceaux », dit James). On pourrait transposer à la césure entre l'entrepreneur abstrait, réduit à l'*homo oeconomicus*, unidimensionnel, de l'appareillage hyper déductif des économistes, l'idéaltype d'entrepreneur, rendu anonyme en *homo faber*, des divers positivismes, et enfin l'entrepreneur individualisé, de l'ultraempirisme, *homo socius*, voire *homo totus*, multidimensionnel.

James va donc adopter une posture « radicalement empiriste ». Le « radical », vocable qu'il regrettera, signifie que James se démarque totalement de ce qui sera l'empirisme logique poppérien. Alors que ce dernier peut être ramené à des tests d'hypothèses, des généralisations empiriques, des typologies, à partir de faits supposés objectifs, James, en tant que spécialiste de psychologie expérimentale, plonge au contraire d'emblée dans la subjectivité, dans le processus mental d'un individu.

Concernant l'entrepreneuriat, la question centrale est celle du crédit à accorder à des « faits » collectés, tels que : un chiffre comptable, un questionnaire préformaté, un discours, etc. L'adoption de l'ultra-empirisme peut nous conduire jusqu'au solipsisme, qui postule que l'on ne peut jamais connaître ce que perçoit et conscientise toute autre personne. Sans aller jusqu'à cette extrémité, on peut considérer qu'un fait n'a d'existence que par le sujet qui le perçoit et le conçoit. Il est d'ailleurs banal d'observer les différences de perception d'un fait qui a été perçu par plusieurs personnes. Il est moins banal de déplorer que le positivisme dominant dans les « sciences » de la gestion postule que le « fait » a une existence objective,

y compris lorsque le « fait » en question résulte d'une perception individuelle. Une grande partie de la philosophie du XX^e siècle est d'ailleurs consacrée à cette question (phénoménologie husserlienne, philosophie analytique de Wittgenstein, réfutabilisme de Popper, sémiologie de Barthes, etc.).

3. De la connaissance

3.1 Percepts et concepts

En se rattachant à la longue lignée des philosophes empiristes, depuis Aristote jusqu'à Berkeley, Hume et les encyclopédistes français, en passant par Bacon, William James considère donc que les choses n'existent pas en tant que telles, mais qu'elles n'acquièrent une « réalité » que dès lors qu'elles sont saisies, perçues, par les sens.³ Ainsi, un pragmatiste dira qu'un entrepreneur n'appréhende le « réel » que par ce qu'il en perçoit. Le marché reste une abstraction, un « concept vide », tant qu'il ne l'a pas saisi par les sens : visualisation des clients, des concurrents, des produits, en y incluant les signes à devoir interpréter (bruits, odeurs, expressions corporelles, etc.). Le concept de marché peut alors venir à l'appui de l'interprétation des percepts, et, dans ce cas, satisfaire le besoin de connaissance de l'entrepreneur.

Dans une démarche très proche de Bergson, la connaissance est donc envisagée comme un flux de conscience reliant les « choses » et les « pensées », dans ce que James appelle le « percept » (on dira : les « présentations ») et le « concept » (les « idées » ou « représentations »). Les percepts sont continus, liés à nos sensations, alors que les concepts sont discontinus, résultant d'un processus d'abstraction. James a cette formule : « *Percepts et concepts s'interpénètrent et se mêlent, s'imprégnant et se fertilisant les uns les autres. Pris isolément, aucun ne nous fait connaître la réalité dans sa complétude. Nous avons besoin d'eux, ensemble, de même que nous avons besoin de nos deux jambes pour marcher* »⁴. Pour James, les rationalistes, à l'exemple de Hegel, ont eu le tort de disjoindre les « *universaux conceptuels* » des « *particuliers perceptuels* », alors que pour les empiristes radicaux, « *l'importance des concepts réside toujours dans leur relation avec les particuliers relevant de la perception* ».⁵

Cette citation met à mal l'idée trop souvent répondue, selon laquelle le pragmatisme refuserait tout « théorie » comme étant « inutile ». Toutefois, la théorie n'est qu'un des « concepts » mobilisables, entrant parmi d'autres dans les schèmes mentaux de l'entrepreneur. Elle n'a d'utilité pour l'entrepreneur que pour autant qu'elle contribue à justifier l'action, « mieux » que d'autres. Il appartient donc au « théoricien » (au sens large) de proposer des modèles utilisables... et performatifs.

3.2 Critique du concept

En s'inspirant de Peirce, James pose ensuite, dans son style si particulier, la « règle pragmatique » selon laquelle « ... *la signification d'un concept peut toujours être trouvée,*

³ Cf. la citation de Sade en exergue du bulletin Innov-Doc du LRII dirigé par D. Uzunidis : « *Tout principe est un jugement, tout jugement est l'effet de l'expérience, et l'expérience ne s'acquiert que par l'exercice des sens* ».

⁴ Cette image est également utilisée par Schmoller pour clore la « *methodenstreit* » de Vienne entre déductivistes (marginalistes) et inductivistes (historiens).

⁵ Cette observation de Marcel Proust résume le fossé épistémologique : « *Nous sentons dans un monde, nous pensons, nous nommons dans un autre, nous pouvons entre les deux établir une concordance mais non combler l'intervalle.* » (Le Côté de Guermantes, Pléiade, p. 50).

sinon dans quelque particulier sensible qu'il désigne directement, du moins dans quelque différence particulière que son accession à la vérité entraînera dans le cours de l'expérience humaine »⁶. Pour le dire plus clairement, cela signifie que le « concept » ne doit pas s'imposer tel quel, mais doit être interprété et adapté au regard des perceptions et aussi des intentions de celui qui en fait usage, et c'est à cette seule condition qu'il prend sens.

On citera l'exemple du repreneur d'une boulangerie qui souhaitait avoir une connaissance sensible, de visu, de son « marché ». Posté aux aurores en face de l'entrée, il put constater quelle était la composante « réelle » de la clientèle actuelle. Il alla ensuite converser avec les commerçants du quartier, dont il recueillit les perceptions, afin de « se faire sa propre religion ». Dans le même esprit, il tint à nous faire visiter (avec le professeur Kamei, de l'Université d'Osaka) son atelier, afin de le visualiser, de sentir les odeurs ... et de goûter la pâtisserie (excellente au demeurant). Ainsi, les perceptions mettent en jeu un processus d' « enquête » dont parlera amplement Peirce, où le raisonnement logique se verra opposer un processus heuristique et des démarches plus intuitives, comme l'abduction – ceci, quelle que soit la taille du projet, quand bien même impliquerait-il le recours à des méthodes plus « rationnelles » (procédurales).

Le « concept » n'est donc pas une fin en soi. Par concept, il faut entendre toute idée générale que l'individu a acquise, en distinguant trois niveaux. D'abord, la conscience immédiate lui fait établir des relations (*co-gnoscere*- connaissance) entre des percepts (on parle avec Hume d' « inductivisme naïf »). Ensuite, l'individu acquiert, par « les » expériences, « de » l'expérience (*sapere*, la « sagesse »). Enfin, en ayant recours à des emprunts extérieurs (éducation, conseil, lectures, etc.), il acquiert de la « science » (*scire*).

On doit donc se demander, nous dit James, « quelle différence sensible la vérité de ce concept entraînera-t-elle pour quelqu'un ? », de telle sorte qu' « en suivant cette règle, nous négligeons le contenu substantif (sous-entendu : du concept) pour nous concentrer seulement sur sa fonction ». Ainsi, le concept de « marché », auquel notre boulanger peut se référer, n'acquiert de réalité qu'au travers de l'expérience sensible de l'entrepreneur. Cela signifie notamment qu'il peut varier et évoluer au gré des perceptions. L'entrepreneur pourra approfondir le concept de marché ; il pourra modifier la perception de « son » marché, au gré des perceptions inopinées (comme la visualisation des clients, mimiques y compris), de l'expérience acquise et de la routinisation, etc.

James a également cette phrase maintes fois citée : « *Nous harnachons la réalité perceptuelle à l'aide de concepts afin de la faire mieux correspondre à nos fins* ». Les « concepts » doivent être en accord autant avec les perceptions qu'avec les besoins. Cette préoccupation peut sembler essentielle dans les sciences de l'action et de la décision (« politiques » au sens large). On peut toutefois se demander si les « concepts entrepreneuriaux », ce que nous avons appelé la « rhétorique entrepreneuriale » (Marchesnay, 2007) répondent toujours à cette exigence pragmatique.

4. Une philosophie de l'action

4.1 Les apories de l'absolutisme

James dénonce en conséquence les « sciences a priori » (logique et mathématique), purement abstraites, statiques.

C'est ici le lieu de montrer l'incapacité ontologique de l'analyse économique orthodoxe à proposer une théorie « vraie », « réaliste », de l'entrepreneur. La conception absolutiste⁷

⁶ Traduction personnelle

postule le primat des vérités intangibles, universelles, transcendantes au monde de l'empirie, celui des phénomènes dont la perception sensible nous induit en erreur.

En conséquence, au même titre que les étoiles sont soumises aux lois de l'astrophysique, les firmes (et a fortiori les entrepreneurs) seraient logiquement soumises aux lois de la concurrence et de l'échange sur le marché, comme on le voit dans le modèle walrasien. Les entrepreneurs ne jouent « logiquement » aucun rôle dans l'équilibre général.⁸ La théorie schumpétérienne de l'entrepreneur – en fait, de la fonction d'entrepreneur – ne déroge pas à la règle, puisqu'elle avait pour objectif de justifier logiquement, dans les termes proches de ceux de Walras, le rôle de la fonction d'innovation en faisant appel à un « *deus ex machina* », qui serait l'« entrepreneur ». Mais il suffit de feuilleter l'« *History of Economic Analysis* », écrite quelques quarante ans plus tard, pour constater que Schumpeter évacue presque totalement l'entrepreneur, puisque la fonction d'innovation est désormais assumée par les organisations managériales. Les tentatives pour faire de l'entrepreneur un « *homo oeconomicus* » au petit pied, comme chez Casson, laissent toujours le héros de la pièce en-dehors de la scène. Ainsi, les débats sur le fait de savoir si l'entrepreneur (au sens économique d'innovateur) est « market-pulled » ou « market-pushed », en invoquant les mânes de Schumpeter ou le propos de Kirschner, relèveraient de la pure spéculation, pour reprendre les termes de James, sauf à justifier un effet « mélioriste » dans l'action et la décision.

4.2 Les dangers de l'intellectualisme.

James va opposer à ces théories absolutistes, qui relèvent davantage de positions philosophiques que d'énoncés scientifiques, les sciences expérimentales, susceptibles de créer des concepts tirés de l'expérience. Ceux-ci constituent alors un guide et un apport de valeurs ayant leur propre existence, de sorte que l'individu ne peut se cantonner uniquement dans une attitude spéculative ou dans l'action (« comprendre sa vie ou vivre sa pensée ») : « *un homme ne peut pas plus se confiner dans une seule des deux attitudes qu'une paire de ciseaux ne peut couper qu'avec une seule des deux lames* ».

Toutefois, William James dénonce l'excès de conceptualisation, ce qu'il appelle l'« intellectualisme ». On dirait de nos jours qu'une théorie, à savoir une généralisation empirique tirée d'observations, peut acquérir le statut de paradigme, qui va lui conférer une aura d'intangibilité, et l'isoler de la réalité (ce que Lakatos appelle l'« heuristique négative »). En principe, les sciences de laboratoire, soumises à la sélection darwinienne, privilégient une conception relativiste et indéterministe de la théorie ; en revanche, dans les disciplines plus spéculatives, comme le management, moins soumises au test acide de la vérifiabilité, les risques de conservatisme, voire de dogmatisme sont constants.

Aux yeux des pragmatistes, l'organisation est conceptualisée comme étant une personne⁹ alors qu'empiriquement elle n'est qu'une fiction heuristique. Le concept d'organisation n'acquiert de réalité, n'accède à la connaissance du sujet qu'au travers de ses perceptions sensorielles : une organisation, c'est d'abord la visualisation de personnes, de bureaux, de lieux (comme la cafétéria), d'ateliers, etc., avec des odeurs, des bruits dont le sens se construit individuellement à l'aide de schèmes mentaux idiosyncrasiques. C'est au travers d'un flux de conscience créatrice, pour reprendre les termes de Bergson, que l'organisation acquiert pour

⁷ Héritée de Platon, Descartes, Leibniz, Hegel et de Kant (du moins dans sa version néo-kantienne),

⁸ Dans l'index analytique des « *Principles* » d'Alfred Marshall, le mot « entrepreneur » est absent.

⁹ L'entreprise n'a-t-elle pas la personnalité morale ? On parle ainsi d'« organisation apprenante », de cycle de vie, de culture de l'organisation. On dit que telle firme « a décidé ». L'« homme de l'organisation » se désresponsabilise en appliquant strictement les procédures.

chaque individu concerné une densité, une forme, diraient les gestaltistes, qui lui conférerait une « réalité » suffisante pour participer à la recherche de la « vérité ». ¹⁰

4.3 Les apports de la conceptualisation

Loin de refuser la démarche conceptuelle, James montre que l'empirisme entend procéder des parties au tout. Les parties sont les percepts, des « singuliers » individualisables, pris dans une réalité qui « déborde, excède et altère », sans prétendre aboutir à un tout qui offrirait une universalité intangible et éternelle. Ceci étant dit, James précise que « *les systèmes conceptuels constituent des royaumes distincts de réalité* », qu'ils ont leur propre existence, sachant que, cependant, « *la réalité perceptuelle contient et implique tous ces systèmes idéaux et beaucoup plus encore* », en sorte que « *les parties universelles et particulières de l'expérience sont littéralement immergées les unes dans les autres et toutes deux sont indispensables* ». Ainsi les idées « nous aident à décomposer nos percepts, à en abstraire et à en isoler les éléments ».

La position de James peut s'énoncer en des termes plus simples. On dira qu'il existe dans l'environnement perçu par chaque individu (son *éthos*) une infinité de « concepts » auquel il peut se référer pour appréhender et comprendre une situation créée au travers de ses percepts. Le concept est alors un référentiel (plus instrumentalisé chez Dewey) composé alternativement d'idées, de valeurs, de procédures, de modèles, etc. L'individu va retenir l'un plutôt qu'un autre, car il lui semblera plus approprié pour comprendre et agir.

Dans l'écrasante majorité des situations, y compris dans l'entreprise, le concept se ramène à une procédure devenue machinale, notamment dans la vie quotidienne (on le fait sans y penser). D'autres concepts permettent de résoudre une situation « sans trop se poser de questions », même s'ils sont assez rudimentaires, peu logiques, voire pas du tout (une conversation autour de la machine à café). D'autres concepts proposent une « solution » à caractère spéculatif, comme les guides de conduite à partir de valeurs morales, politiques, philosophiques. D'autres, enfin, sont le fruit d'expériences validées scientifiquement, et ne sont « utiles » et « satisfaisants » que dans des situations bien déterminées (pour résoudre des problèmes techniques compliqués par exemple). Dans la plupart des cas, l'intuition, la mémoire ramènent plus ou moins consciemment, comme le développera Bergson, à des « concepts » jugés « satisfaisants » pour l'action.

On voit clairement le parti à tirer de cet éventail de concepts « en l'air » dans l'étude de l'entrepreneur. Elle nous permet de sortir du carcan de la rationalité (substantive, procédurale, limitée, etc.), en suggérant que la plupart des décisions quotidiennes, y compris dans la vie professionnelle, ne sont certes pas guidés par la Raison pure ou pratique, mais sont le fruit d'une articulation idiosyncrasique entre des percepts et des concepts. Une telle assertion, si elle paraît évidente, voire banale, n'emporte pas moins de fortes conséquences en matière de recherche, non pas « au sujet de », ou « à partir de » l'entrepreneur, mais « de », et surtout « pour » l'entrepreneur. Loin de viser l'idéalisation vers un être absolument rationnel, ou la distanciation pour ranger et « nommer » les « choses »¹¹ que seraient les entrepreneurs, les programmes de recherche en entrepreneuriat devraient en priorité s'interroger sur leur utilité, telle qu'elle est perçue et souhaitée par l'entrepreneur.

5 Relativisme et indéterminisme

¹⁰ La Direction peut alors imposer un concept managérial supposé performatif, et tout aussi fictif, comme « culture », « esprit maison », etc. Celui-ci ne prend « sens » que dans des petites structures, y compris les micro-organisations, où, du fait de la proximité, des perceptions sensorielles peuvent se construire.

¹¹ Pour reprendre les termes de Foucault.

5.1 Le pluralisme

L'apport essentiel de l'empirisme radical réside, pour notre propos, dans la notion de pluralisme. James s'est inspiré de la vision de Renouvier, pour qui le Monde, loin d'être figé, comme le prétendait Newton, est en perpétuel changement, en éternel inachèvement. On peut y voir également l'influence des thèses évolutionnistes de Darwin, et, bien entendu, de Bergson.

En conséquence James ne cesse d'attaquer les théories absolutistes (dont l'économie pure est un exemple quasi-parfait). Il oppose le « délicat » (rationaliste, « se fondant sur les principes ») et le « barbare » (empiriste, « se fondant sur les faits »). Le rationalisme est moniste, il part d'un tout, transcendant, intangible et universel, pour expliquer les parties. Les thèses monistes, dérivées de la gnose scolastique, postulent une substance en soi, idéale, transcendant les phénomènes. Certains rationalistes reprocheront ainsi à Walras d'avoir utilisé des termes concrets, empiriques, comme travail, capital, marché, estimant qu'il aurait dû s'en tenir à des concepts abstraits, « imperceptibles », comme celui de « valeur »¹².

Le rationalisme est par essence statique, il exclut toute appréhension « réaliste » du temps, du mouvement, des forces perturbatrices de l'équilibre momentané. Revient comme un leitmotiv la flèche de Zénon d'Elée, qui n'atteindra jamais son but, puisque le temps est « immobilisé » en phases successives de statique comparative. Celle-ci ne peut manquer d'évoquer le découpage en périodes successives des procédures prévisionnelles, qui ne peuvent décrire et expliquer comment et pourquoi s'est effectué le changement. La causalité moniste n'explique rien, et James lui oppose l'indéterminisme, les « éventualités possibles », sachant que « *ce qui va se produire peut être considéré comme une question de hasard* ».

Cette dynamique rejoint le « flux de conscience » bergsonien. Chaque « partie du réel » est ainsi perçue à un moment donné, au travers de la mémoire, qui ramène, par anamnèse, le souvenir d'événements singuliers ou semblables, suscitant le recours à des « concepts », dont on a vu qu'ils étaient plus ou moins élaborés. En conséquence, ce que les positivistes appellent des « faits objectifs », ce sont en réalité des percepts subjectifs, dont la perception change, évolue, s'efface, etc., au gré des expériences, des situations.

Chacun de ces percepts particuliers sera dans l'instant regroupé mentalement avec d'autres pour former un tout, par essence transitoire, grâce à l'effort de conceptualisation. La plupart relèvent de l'inconscient ou du « mécanique » : on ne refait pas tous les matins la théorie du mode de rasage optimal ! En revanche, les concepts sont davantage mobilisés lorsque l'on se trouve en face d'une « nouveauté » (Dewey), d'un « cas » fortement singulier ou complexe, dont la connaissance (*co-gnoscere*) globale met en œuvre des interactions que l'on qualifierait de nos jours de « systémiques ». L'intuition, le hasard, les événements fortuits imprévisibles (constitutifs de la « sérendipité », pour reprendre un terme en vogue¹³) favorisent ainsi l'opportunisme, conformément au postulat d'indéterminisme propre au pluralisme. Celui-ci est donc au cœur de la vocation entrepreneuriale : or, force est de constater que les théories monistes ou positivistes sont incapables, soit de l'expliquer, soit de le justifier, puisqu'il relève de la rationalité, ni substantive, ni procédurale.

5.2 Pluralisme et idiosyncrasie

Le pluralisme implique une totale individualisation : face à un « fait » chaque individu aura des percepts différents, liés aux concepts qu'il mobilisera, au gré de ses expériences et

¹² Rappelons que certaines théories entrepreneuriales insistent sur la « création de valeur » ...

¹³ Définie par P. van Andel et D. Bourcier comme : « le don de faire des trouvailles ou la faculté de découvrir, d'inventer ou de créer ce qui n'était pas recherché dans la science, la technique, l'art, la politique et la vie quotidienne, grâce à une observation surprenante »

connaissances accumulées et surgies de sa mémoire¹⁴. L'individualisation va au point que chaque individu évoluant, ces percepts évoluent au cours du temps, il oublie et il apprend¹⁵ James cite en permanence Héraclite : « On ne se baigne jamais deux fois dans la même eau du fleuve ». Est-il besoin de souligner que la formule vaut tout particulièrement pour les entrepreneurs, en situation permanente d'apprentissage ? .

James et les pragmatistes récusent toutefois l'idée absolutiste, kantienne, d'un libre-arbitre totalement isolé. Bien au contraire, les percepts enregistrent des sensations déclenchées par des « choses » (un écran par exemple), mais produites par les hommes (directement ou au travers d'artefacts). Les relations interindividuelles s'établissent donc en première instance par le filtre des sensations (visuelles, auditives, olfactives, etc.).¹⁶ On passe alors des perceptions et sensations pures à la socialisation par le recours aux concepts, lesquels sont composés notamment des valeurs qui constituent l'*éthos* qui environne l'individu. Mais l'on voit que, dans le pluralisme, chaque individu a son propre *éthos*, lequel est un composé des « concepts » que chacun mémorise au cours du déroulement de son flux de conscience créatrice, on dirait de nos jours : de son parcours de vie.

Le pragmatisme privilégie de la sorte une conception du construit social proche du constructivisme, si ce n'est qu'il ne vise pas à tendre vers une justification de l'organisation sociale¹⁷. Cet *éthos* individuel est pris dans le flux, il est mouvant, on dirait aujourd'hui : nomade. En d'autres termes, cette vision pluraliste est d'une extrême actualité et « colle » aux préoccupations contemporaines liées à l'hypermodernité. A l'instar des générations montantes, l'entrepreneur est de plus en plus un individu travaillant en réseau, soucieux de rechercher une singularité conforme au « style de vie » qu'il entend adopter.¹⁸

5.3 Le « méliorisme »

Les concepts ainsi retenus, à un moment donné, et pour résoudre une situation donnée, sont de natures très diverses. Certains sont imposés (lois, interdits), d'autres choisis ; les uns relèvent de normes sociales ou communautaires (proxémiques), d'autres sont strictement personnels, etc. Les individus vont, en quelque sorte, « bricoler » (au sens de l'heuristique), agencer ces concepts afin qu'ils contribuent à la résolution du problème de façon « utile » dans l'optique de la décision la plus « satisfaisante ». En permanence, ils rechercheront des arrangements « meilleurs » (James parle de « méliorisme »), non seulement pour eux, mais aussi pour leur entourage, voire pour la Société en général.

Ainsi, lorsqu'un entrepreneur décide de se lancer dans le développement durable, les concepts « mélioristes » auxquels il peut se référer seront des plus divers : accroître sa compétitivité (gagner plus d'argent), sa légitimité (accroître son encastrement social), sa singularité

¹⁴ Selon les mémorialistes, Marcel Proust était perçu comme « petit » ou « grand » (il mesurait 1m67, une taille moyenne pour l'époque).

¹⁵ Il suffit à chacun de relire ses propres travaux passés pour s'en « rendre compte », au sens propre du terme ! .

¹⁶ Gilles Deleuze a ainsi souligné le rôle pionnier du pragmatisme en ce qui concerne les signes.

¹⁷ C'est d'ailleurs de ce que Durkheim reprochera au pragmatisme. On peut en revanche établir une plus forte proximité avec les thèses de Norbert Elias, voire de Raymond Boudon.

¹⁸ Dans un article sur « le laboratoire du futur universel » (Le Monde du 10 juin 2009) M. Roche évoque cette phrase d'un professeur de marketing de la Henley Business School, qui oppose la génération X à la génération Y, dans laquelle « les jeunes ne croient plus aux institutions, aux partis politiques ou aux multinationales. Ils font uniquement confiance aux individus au sens large, la collectivité proche, les copains, la famille ». Ce qui est sans doute dessiner le portrait d'une partie des entrepreneurs Y...

(développer un projet innovant), sa réalisation personnelle (se conformer à ses convictions). Mais, en vérité, l'action réellement engagée par chaque individu a toutes chances de subir ces multiples influences à des degrés divers.

Ce thème sera développé par d'autres pragmatistes, notamment Schiller, qui exposera à Oxford sa conception humaniste. En particulier, les pragmatistes aborderont les questions de morale sociale et d'éthique individuelle en marquant une forte opposition à l'égard des doxas monistes, qu'elles soient religieuses, philosophiques ou politiques : en quelque sorte, il appartiendra à chaque homme de « se faire sa propre religion ».

On est donc loin des idées reçues, qui voient dans le pragmatisme la recherche de l'utilitarisme sans moralité. James abordera notamment les questions qui marqueront le vingtième siècle, comme l'affairisme, le racisme, le bellicisme, le nationalisme, le mysticisme, etc., en promouvant un libre-arbitre individuel soumis au Bien Commun – soit une attitude conforme à l'esprit WASP de la Nouvelle-Angleterre. La référence aux questions d'éthique, de morale, de religion les plus actuelles en ce qui concerne les pratiques des entrepreneurs est évidente.¹⁹

6. L'entrepreneur retrouvé ?

S'il est clairement établi que le positivisme domine encore largement la conception de la recherche en entrepreneuriat, et, plus largement, en « sciences de gestion » (ou des administrations), force est de constater l'essor des recherches dites « qualitatives » ou de la « *grounded theory* ». Le renouveau du pragmatisme, autour notamment de Putnam, Rorty, Sennett, s'inscrit dans un relatif rejet du positivisme, manifesté par divers mouvements critiques en économie (« critical economics », institutionalisme), en sociologie (Giddens par exemple), en philosophie politique (Habermas, Elias). On observe également aux Etats-Unis un intérêt croissant pour les philosophes français, comme Deleuze, Guattari ou Merleau-Ponty, y compris dans les revues de management, au regard de préoccupations proches de celles de James, concernant pour l'essentiel le rôle de la perception phénoménologique et sémiotique dans la connaissance et l'action individuelles.

A l'évidence, l'intérêt croissant prêté à des notions psychologiques et sociologiques, comme l'abduction, l'opportunité, la proximité, l'encastrement, constituent une nouvelle voie de recherche en entrepreneuriat, à côté des approches plus traditionnelles, bien balisées, comme les tests d'hypothèses, les théories contingentes, la construction de typologies, fondées sur le postulat selon lequel les « faits » ont une existence objective.

Ce postulat positiviste, qui rappelle la querelle entre économistes du « *as if* », à la fin des années 50, est donc jugé irréaliste et insatisfaisant par les pragmatistes. Dans cet esprit, l'acceptation du postulat perceptionniste, au sens de Berkeley, et sensualiste, au sens de Condillac, devrait conduire les chercheurs à remettre l'entrepreneuriat sur ses bases, à partir de la subjectivité de l'entrepreneur, à observer et interpréter ses modes d'acquisition de connaissances et de mise en œuvre de ses actions, pour ensuite s'interroger sur la pertinence des modèles techno-scientistes d'aide à la compréhension et à la décision. Ce programme s'intègre au demeurant dans une réflexion plus large sur la notion de connaissance actionnable (Hernandez et Marchesnay 2008).

Il nous apparaît donc opportun de s'interroger sur les modalités d'application de ces préoccupations très contemporaines à la mise en œuvre d'un savoir actionnable fondée sur le pragmatisme. Rappelons, pour le dire brièvement et simplement, que le postulat fondamental

¹⁹ Au demeurant, on notera que Kenneth Andrews, cité supra, abordait cette dimension, in fine, dans son manuel de *corporate strategy* destiné aux étudiants de Harvard, dans les années 60.

est d'abord que la connaissance et l'action part des perceptions sensorielles de l'individu, et que celui-ci passe ensuite de la connaissance au savoir, puis à l'action, en ayant recours à des « concepts », c'est-à-dire à des schèmes mentaux (largement routiniers) jugés utiles et satisfaisants pour résoudre le problème posé. Dans la démarche dite « entrepreneuriale », on peut penser que la proportion de problèmes non routiniers s'élève, nécessitant des capacités particulières de la part de l'entrepreneur.

6.1 La singularité consubstantielle à l'entrepreneur

Nombre d'études historiques et linguistiques ont mis en valeur le côté à la fois « entreprenant » et « entremettant » de l'entrepreneur. Celui-ci est donc un « propriétaire-dirigeant » (*owner-manager*), qui prend un risque, plus ou moins important, en investissant et en s'investissant dans un projet plus ou moins innovant (pour lui, son entourage, le « marché »), donc aventuré, incertain, en escomptant obtenir un retour, plus ou moins élevé dans cette aventure (*venture*), tant en termes de légitimité que de compétitivité (Julien et Marchesnay, 1996). L'entrepreneur combine donc un « esprit d'entreprise » et un « esprit gestionnaire », à des degrés éminemment variables, changeants, évolutifs, de telle sorte que chaque cas est singulier.

Il en découle que la compréhension pragmatique des pratiques, au sens large (gestionnaires, mais aussi sociales et individuelles) propres à chaque entrepreneur constitue un préalable avant tout recours à quelque outil que ce soit. Cette individuation n'exclut certes pas le recours à divers référentiels, tels que les typologies d'entrepreneur, la référence au contexte social et communautaire (éthique et ethnique), l'arsenal des modèles et outils de gestion, qu'ils soient à prétention universelle ou adaptés à des contextes plus précis. Mais elle implique une acceptation consciente de la diversité et de la complexité entrepreneuriales.

Dans cet esprit, il est clair que la sémantique découlant du mot entrepreneur ne cesse d'être élargie, facilitant le brouillage, et nécessitant une identification des percepts. Il convient notamment de relier les percepts propres à chaque acteur (diverses parties prenantes et observantes) au concept d'entrepreneur, depuis une conception étroite, axée sur la fonction de propriétaire-dirigeant, jusqu'à une conception très extensive. Ajoutons que ces perceptions peuvent reposer sur des valeurs, des opinions, un *éthos* à dominante positive ou négative – y compris de la part des « scientifiques ».

6.2 La pluridisciplinarité consubstantielle à l'entrepreneuriat

Hannah Arendt, on le sait, décrypte la crise de la condition de l'homme moderne par la domination de la *tecné*, au sens heideggérien. L'*animal laborans* est dominé par la technique, par les routines et procédures qui limitent son pouvoir discrétionnaire : telle est l'ambition majeure de la bureaucratie managériale. L'attitude entrepreneuriale serait celle de l'*homo faber*, pour lequel la *poiésis*, la faculté de créer, de saisir les opportunités, de se singulariser, de se concevoir en homme complet est prégnante. On y retrouve largement la définition du « génie » selon Kant : l'ingénieur l'emporte, en quelque sorte, sur l'ingénieur.

Cette singularité transparait dans toutes les facettes de la personnalité entrepreneuriale. Il est notamment encastré, non seulement dans un environnement qui conditionne et justifie ses pratiques, mais dans un univers temporel, et particulièrement sa propre histoire. Par exemple, la pratique de la saisie d'opportunités, que d'aucuns estiment propre à l'esprit entrepreneurial, doit être, à chaque cas, perçue et interprétée à l'aune des jalons spatiaux (le contexte) et temporels (la mémoire). Il est clair que ces questions ne peuvent être traitées sans l'assistance de chercheurs en sciences de l'homme et de la société, tant il est patent que, dans la majeure partie des cas, la compréhension de l'innovation s'inscrit dans un contexte d'aléa et d'incertitude propre à l'exercice de la sérendipité. En d'autres termes, aucune

« dimension perceptible » ne saurait être a priori évacuée, et, tout particulièrement, les considérations jugées par les techno-scientistes comme « irrationnelles ».

Cette question de la pluridisciplinarité et de l'élargissement des bases de compréhension des pratiques est confortée par une double lame de fond entrepreneuriale. D'une part, un nombre croissant de pays accèdent à cette question de la fécondité et de la pérennité d'entreprises de taille humaine, ce qui pose la double question de la légitimité et de la compétitivité dans des contextes où les pratiques sociales, éthiques et ethniques, sont fragmentées, communautarisées, alors qu'elles sont bien souvent jugées d'un seul point de vue positiviste et techno-scientiste. D'autre part, on observe une variété et une diversité croissantes des types d'entreprises gérées par une personne, ou un petit groupe (depuis le petit commerce au fond d'un souk jusqu'au cabinet de consultants). On a pu dire qu'en France, il était désormais possible de créer un statut juridique original pour chaque micro-entreprise, au regard de la multiplicité des dispositifs juridiques disponibles. Face à cette double extension, le recours à des modèles techno-scientistes pose la question de leur praticabilité.

7 Conclusion : perspectives de recherche pragmatique en entrepreneuriat

Très clairement, la méthode du pragmatisme se différencie, certes, des théories hypothético-déductives, mais aussi des approches « hypothético-inductives », pour reprendre l'expression de Bourdieu, empreintes de positivisme. Sa spécificité réside dans l'acceptation du subjectivisme. Les faits, en tant que phénomènes, n'existent qu'au travers des perceptions. Mais l'individu, ici l'entrepreneur, n'en « prend connaissance », littéralement, qu'au travers du prisme cognitif fondé sur des schèmes mentaux. A mesure que l'on sort des phénomènes routiniers (procéduraux), que l'entrepreneur aborde des situations « intrigantes » (Peirce), le « *search process* » prend le pas sur les « *solving procedures* ». L'entrepreneur « entreprenant » se fait *homo faber* (Arendt) : loin de se cantonner à des outils de plus en plus sophistiqués, il élargit le champ des modèles référentiels, il en crée éventuellement, sa *praxis* se fonde davantage sur la *poiesis* que sur la *techné*. Il suffit de citer la *praxis* de saisie d'une opportunité, d'idée innovante, de conjecture sur les axes de développement.

Le chercheur est alors confronté à une double subjectivité : celle de l'entrepreneur (comme de tout interlocuteur) observé, et la sienne propre, conformément à un dilemme classique, qui est celui de l'observation participante ou non. Mais, dans la posture pragmatique, l'« attention » se porte sur l'heuristique de la décision, sur la « tension » essentielle que constitue la recherche de la solution (décision-action) jugée par l'entrepreneur comme la plus satisfaisante, utile, etc.

Le chercheur « gestionnaire » doit alors s'interroger sur la place occupée par les outils, concepts, modèles, théories, de sa discipline. Répondre à cette question implique une étroite collaboration avec le ou les entrepreneurs, notamment dans la durée, puisque la relation entre les percepts et les concepts évolue en permanence. Il faut noter que l'apport de la collaboration pragmatique est réciproque, puisque l'observé contribue à remettre en cause les modèles, voire les schèmes mentaux de l'observateur. Notre parcours de recherche s'est ainsi fondé explicitement, depuis plusieurs décennies, sur le pragmatisme. Nous avons pu bénéficier de relations suivies avec des entrepreneurs, au sein de plusieurs clubs de dirigeants de toutes petites entreprises, et, de la sorte, modifier en permanence nos grilles d'analyse stratégique, ainsi que nos typologies. Cette remise en cause ne peut avoir de cesse, puisque les situations propres à l'entrepreneuriat se modifient en permanence.

Une autre perspective de posture pragmatique concerne l'enseignement de l'entrepreneuriat, et tout particulièrement la méthode des cas. Dans une contribution récente (Marchesnay 2010) nous plaidons pour un retour à la méthode maïeutique, initiée à Harvard par Little dans le

département juridique, dans les années 1860, à la même époque, donc, durant laquelle officiait, au département de psychologie expérimentale, un certain William James...

On citera, pour clore cette conclusion, deux auteurs qui, à 400 ans de distance se rejoignent, reliant le pluralisme à l'indéterminisme. Paul Veyne, qui déclare, dans sa leçon inaugurale au Collège de France en 1976 : « *Le réel est entouré d'une zone infinie de possibles non réalisés* » fait écho à Pierre Ronsard, qui, en 1576, à l'Académie du Palais, déclarait à Henri III : « *Que sert la contemplation sans l'action ? De rien, non plus qu'une espée qui est toujours dans un fourreau ou un couteau qui ne peut couper ?* ».

Bibliographie

Ouvrages de William James

A l'instar de Peirce, à qui il voue une grande admiration, et qu'il considère comme son principal inspirateur, James a surtout publié des articles dans des revues académiques, et fait de nombreuses conférences. Les « *Principles of Psychology* », initiés en 1878, paraissent en 1890, « *The Will of Believe* » en 1897, à 55 ans. Ses ouvrages majeurs seront publiés après sa retraite (« *Pragmatism* », « *A pluralistic Universe* »), voire après sa mort. Ainsi, l'« *Introduction à la Philosophie* » (« *Some Problems of Philosophy* »), publiée en 1911, est inachevée. Les « *Essays in Radical Empiricism* », rassemblent diverses contributions. Ses ouvrages de référence furent donc écrits après 60 ans, résumant, en quelque sorte, le bilan d'une vie de recherche, quitte à n'être que des regroupements d'articles ou de conférences. Enfin, comme nombre de ses contemporains (pensons à Marcel Proust), sa correspondance, tant avec ses inspirateurs et ses émules que ses détracteurs, est indispensable, car elle offre de multiples ouvertures sur l'évolution de la pensée du Maître, qualifié par Deleuze « d'effrayant génie », Rorty considérant que Peirce n'a été qu'un précurseur et Dewey un vulgarisateur.

La volonté de croire (1897) Les Empêcheurs de tourner en rond, 2005.

Le pragmatisme (1907), traduit par Le Brun, préface de H. Bergson, Paris, Flammarion, 1911, réédition : 2007.

Introduction à la philosophie (1911), nouvelle traduction par S. Galetic, Paris, Les Empêcheurs de Tourner en Rond, 2006.

Essais d'empirisme radical (1912), nouvelle traduction et présentation par G. Garreta et M. Girel, Paris, Agone, 2005, puis Flammarion, 2008, coll. Champs, n° 758.

Ouvrages et articles consacrés à William James

Bastien J. (2008) « Trois conjectures à partir de James susceptibles d'intéresser la gestion, *Le Libellio* (CRG) Vol 4, n°1, pp 32 -35.

Blau T. (1933) *William James. Sa Théorie de la connaissance et la Vérité*, Thèse de doctorat, Université de Paris, Paris, Jouve.

Durkheim E.(1955) *Pragmatisme et Sociologie*, Paris, J. Vrin.

Lapoujade D. (2007) *William James. Empirisme et Pragmatisme* Paris, Les Empêcheurs de Tourner en Rond.

D. Lapoujade (2008) *Fictions du pragmatisme- William James et Henry James*, Editions de Minuit.

Madelrieux S. (2008) *William James. L'attitude empiriste*, Paris, P.U.F.

Marchesnay M. William James : radicalement empiriste, in O.Germain (coord.) *Les grands inspirateurs de la théorie des organisations* – EMS (à paraître, octobre 2010.).

Autres

Andel P. van, Bourcier D. (2009) *De la Sérendipité dans la science, la technique, l'art et le droit.* , Paris, L'ACT MEM

- Berkeley *Principes de la connaissance humaine* (1710) Paris, Flammarion, 1991.
- Karpik L. (2007) *L'économie de la singularité* (2007) Paris, NRF Gallimard.
- Lièvre P., Lecoutre M., Mamadou Kaba Traoré (2006) *Management de projets* Paris, Hermès Lavoisier.
- Marchesnay M. La méthode des cas : pour un retour aux sources. *Revue des Cas en Gestion*, N°2, 2010.
- Marchesnay M. (2008) *La rhétorique entrepreneuriale* Editions de l'Adreg (site adreg.com).
- Messeghem K. et Marchesnay M. (édit.) *Cas de stratégie de PME*. Caen, EMS, (à paraître automne 2010). Notamment chapitre 2.
- Popper K. (1999, 1^{ère} éd. 1978) *Les deux Problèmes fondamentaux de la Théorie de la Connaissance*. Paris, Hermann.
- Putnam H. (1984) *Raison, vérité et histoire*, Paris, Editions de Minuit.
- Putnam H. (1994) *Le réalisme à visage humain*, Paris, Le Seuil.
- Robin L. (1^{ère} éd. 1923, 1963) *La Pensée grecque et les origines de l'esprit scientifique* Paris, Albin Michel
- Schieb-Bienfait N. L'analyse stratégique à l'épreuve des faits : étude de cas d'une petite entreprise artisanale en mutation *Revue Internationale PME* Vol 16, n° 1, 2003.
- Sennett R. (2010) *Ce que sait la main. La culture de l'artisanat* , Paris, Albin Michel.
- Steyaert C. « Entrepreneurship » as a conceptual attractor ? A review of process theories in 20 years of entrepreneurship studies *Entrepreneurship and Regional Development* , 19, Nov. 2007.
- Varii Auctores Dossier : l'entrepreneuriat en action (sous la direction de E-M Hernandez et M. Marchesnay) *Revue Française de Gestion* Vol 34 n° 185 Juin-juillet 2008.