

Table des matières

Introduction	9
Chapitre 1. Fabriquer l'organisation, fabriquer des scripts	15
1.1. Sociologie pragmatique et pragmatique des scripts	15
1.1.1. Quelques réquisits	15
1.1.2. Des épreuves	23
1.1.3. Suivre les scripts en action	27
1.2. Mise en scène	35
1.2.1. Deux costumes gris au bar du Belmont	35
1.2.2. Une foule d'actants	38
1.3. Moeva « bêta » : construction du théâtre des opérations	42
1.3.1. La tentation anglaise et l'épreuve IBM	42
1.3.2. « On veut penser par nous-mêmes ! »	43
1.3.3. Écrire le script de gestion : sa fabrication fabriquée-fabriquante	46
1.3.4. Que se passe-t-il dans le bureau d'un recruteur ?	50
1.4. Extension et célébration	52
1.4.1. Avancer, même en aveugle	52
1.4.2. Faire des nouveaux entrants des alliés	53
1.4.3. Les premiers débats	54
1.4.4. Autocélébration : la mise en scène de septembre 2001	57
1.5. Des années de développements et d'épreuves continues	59
1.5.1. L'intranet mobilité prend la charge de la transformation des modes de coopération	59
1.5.2. Troisième identité et politiques des accès	61
1.5.3. À la recherche d'une reconnaissance externe	62
1.5.4. « Les 100 jours » de Villepin	63

1.5.5. Conflits et trajectoires des rationalités	65
1.6. La désignation et la description des scripts	69
1.6.1. Scripts à l'épreuve de la critique des professionnels	69
1.6.2. Désignation et distinction des scripts	75
1.7. Modélisations	80
1.7.1. Cycles et dynamiques	80
1.7.2. D'autres mouvements	85

Chapitre 2. Performance hors limites (et au-delà du langage) 91

2.1. La question performative au cœur des fabriques des organisations numériques	91
2.1.1. Héritages et ouvertures	91
2.1.1.1. Lorsque dire c'est faire et lorsque faire c'est dire (Austin/Lyotard/Ingold)	93
2.1.1.2. Autolégitimation et maître mot signifiant	102
2.1.2. De l'extension de la performance	105
2.1.3. Performance : discussion sur les configurations proposées de M. Callon	110
2.2. Les agencements organisationnels numériques : vers une narratique générale	114
2.2.1. Récits : performances théoricodiques et désirantes	114
2.2.1.1. Exemple de production sur les réseaux sociaux d'entreprise	118
2.2.2. La narratique : dimensions autoréférentielles, autopoïétiques	123
2.2.3. Narratique et pratiques célébratoires (exemples des intranets)	129
2.2.4. Narratique hétéropoïétique connectée aux forces du dehors	135
2.2.5. Narratique « révolutionnaire » et raison innovatrice	141
2.2.6. D'une narration « réseau-centrée » à une narration « datacentrique » : le bréviaire des années récentes	147
2.2.6.1. Organisation-réseau	149
2.2.6.2. Connectivité et intégration numérique	152
2.2.6.3. Standardisation et industrialisation des procès informationnels	153
2.2.6.4. Injonction collaborative, « communautaire » et « adhocratique »	155
2.2.6.5. Du « capital cognitif » à son couplage aux données	159
2.3. Cas des politiques de l'Open Data public : les processus de performance à l'œuvre	164
2.3.1. De l'entretien du désir de data et des baromètres	164

2.3.1.1. Des processus d'intéressement portés par des instances non gouvernementales	169
2.3.1.2. Des processus d'intéressement intergouvernementaux	169
2.3.2. Visualisations et formats pivots : écritures technopolitiques	173
2.3.2.1. La justification : l'optimisation économique et organisationnelle comme vertu	174
2.3.2.2. Le format pivot comme zone de détermination stratégique et politique	175

Chapitre 3. Suivre les agencements et leurs sémiopolitiques

en action	179
3.1. Interfaces et régimes sémiopolitiques	179
3.1.1. Machines et interfaces : quelques repères	180
3.1.2. Molaire/moléculaire et D/T/R	185
3.1.3. Les régimes sémiopolitiques organisationnels	189
3.1.3.1. Un régime signifiant et un régime a-signifiant	190
3.1.3.2. Un régime de réflexivité	195
3.1.3.3. Un régime de connectivité	197
3.1.4. Spatium numérique et organisationnel	202
3.1.5. Cas : les discriminations numériques au travail	211
3.1.5.1. Une tension idéologique critique	215
3.1.5.2. Une tension chronocratique	216
3.1.5.3. Une discrimination cognitive	217
3.1.5.4. Tensions sur les capacités de socialisation	218
3.2. L'économie siconumérique de l'entreprise	220
3.2.1. <i>Data management</i> et <i>social engineering</i>	220
3.2.2. Les vues du réseau	226
3.2.3. Opacité/transparence	227
3.2.4. Recommandations	228
3.2.5. Graphes	231
3.2.6. <i>L'organisational network analysis</i>	232
3.3. Perspectives pour l'analyse des agencements siconumériques	234
3.3.1. Une polémologie des réseaux ?	234
3.3.2. Des conflits dans les réseaux : des salariés sur la toile	236
3.3.2.1. Éléments de comparaison des positionnements et types narratifs	241
3.3.3. <i>Digital methods</i> au travail	246
3.3.3.1. De Leximappe à Calliope : l'exemplarité de l'analyse des mots associés	253
3.3.3.2. La fabrique des analyses sociosémantiques	258

3.3.3.3. Exemple de traitements automatisés sur des forums salariés.	259
3.3.4. Habiter et décrire les agencements : un programme au service des analyses de l'organisation et des approches managériales et impliquant les <i>digital humanities</i>	263
3.3.4.1. Première posture	264
3.3.4.2. Deuxième posture	266
3.3.4.3. Troisième posture	266
3.3.4.4. Quatrième posture	267
3.3.4.5. Cinquième posture	270
 Bibliographie	 273
 Index	 285