

PRÉFACE

Amaury Grimand

De la même manière que nos grands-parents nous racontaient des contes afin de nous permettre, enfants, d'apprivoiser des sentiments comme la peur, la fiction fait partie intégrante de nos vies. Elle nous permet tout à la fois d'élargir notre compréhension du monde, d'en développer des lectures alternatives, de négocier notre rapport avec le réel. Comme le souligne Schaeffer (1999), la qualité de la fiction ne saurait s'apprécier dans les registres du vrai et du faux : la puissance de la fiction tient ainsi moins à sa capacité à mimer le réel qu'à en proposer une redescription créative qui fasse sens, une « paraphrase » qui permet de s'en distancier pour mieux y revenir par la suite. Son usage en gestion tient également à son extraordinaire capacité à saisir les dimensions oubliées de l'organisation pour paraphraser le célèbre ouvrage de Chanlat (1998) : la jalousie, la peur, l'amour... autant de dimensions qui structurent les comportements en organisation mais restent à la périphérie de la recherche en management. La fiction permet de capturer le sensible, de rendre l'invisible visible, de donner toute sa place au singulier, à l'inédit, au tacite. Sa faculté à multiplier les niveaux d'analyse, à articuler différentes rationalités et angles de vue sur une même situation, grâce à des procédés narratifs bien connus (*flash-back*, même scène rejouée du point de vue d'un autre personnage, *split screen*...) constitue un atout considérable pour rendre justice à la complexité des situations. Cela autorise des lectures moins dichotomiques de la réalité organisationnelle (délibéré/émergent, contrôle/autonomie, identité/altérité, etc.) et permet de révéler les tensions et paradoxes à l'œuvre dans les dynamiques organisationnelles. Comme le soulignent Dreyfuss et Rascol-Boutard (2018), la fiction est ainsi un « objet-frontière » qui permet de faire le lien entre différents univers de sens, véhicule différentes représentations du monde, mobilise des connaissances susceptibles d'être mises à l'épreuve de la discussion. La fiction est dotée également de cette qualité prospective, permettant d'imaginer les trajectoires dans lesquelles un collectif ou une organisation pourraient s'engager. On retrouve là l'essence même des sciences de gestion, en tant que sciences de la conception (Simon, 1991), et non

pas simple accumulation de rationalisations *ex post*. Une pratique comme le *design fiction* en témoigne. S'appuyant sur la création d'objets réels symbolisant des mondes futurs, elle plonge cadres et dirigeants dans des univers fictionnels au service d'enjeux multiples : alimenter l'innovation produit, inventer de nouveaux modes de gestion de la relation client, identifier les conséquences éthiques de tel ou tel choix de conception.

Les séries, tout en étant investies de la puissance propre à la fiction, ont une résonance particulière et constituent un matériau fictionnel singulier. *The Office*, *Les Soprano*, *Games of Thrones*... les séries ont désormais envahi notre imaginaire, exposant notre regard à des mondes plus vrais que nature, dotés d'une vraie qualité ethnographique, à l'image de *The Wire*, ou, à l'inverse, nous faisant entrer dans des univers dystopiques comme dans *The Handmaid's Tale*. Si le cinéma ou la littérature ont été, historiquement, une source d'inspiration pour les sciences de gestion, ce n'est que récemment que l'objet sériel a acquis le droit de cité dans la communauté académique. Le colloque *Management en séries*, dont est issu cet ouvrage, en témoigne, de même que plusieurs ouvrages abordant le management à travers le prisme des séries : on peut penser ainsi au *Petit traité de management : pour les habitants d'Essos, de Westeros et d'ailleurs*, revisitant la littérature sur le leadership à travers *Games of Thrones* (Agogué & Sardais, 2019) ou bien à *Le management avec La casa de papel* (Szpirglas, 2023).

En sciences de gestion, l'appropriation de l'objet sériel se manifeste d'abord dans le champ pédagogique. Sa qualité immersive a ceci d'intéressant qu'elle permet littéralement d'incarner les concepts ; sa profondeur permet d'éviter les écueils d'un « *one best way* » auquel conduit souvent le format standard de l'étude de cas. La série permet enfin aux étudiants de faire l'expérience de phénomènes organisationnels qui, bien souvent, leur échappent : la dimension symbolique des organisations, la place des émotions, le rôle structurant de l'espace, etc. On aurait tort toutefois de réduire l'usage de la série à un registre exclusivement pédagogique. En premier lieu, on ne saurait nier la dimension politique des séries : ces dernières ne sont pas qu'un produit culturel à consommer, ni le simple miroir d'évolutions sociétales profondes, elles revêtent également une dimension performative et façonnent nos représentations du monde. Les séries ont ainsi constitué, à différentes époques, des enjeux culturels importants comme le souligne Esquenazi (2009). Pour l'auteur, le matériau fictionnel sériel repose moins sur l'exemplification du réel comme le font d'autres matériaux fictionnels plus usuels, mais se déploie comme un monde parallèle, une réalité alternative. Les séries, notamment fantastiques, en proposant au spectateur des expériences de pensée, en le confrontant à des cas extrêmes, des situations inédites, des univers disruptifs, modifient nos cadres de pensée. Il y a sans doute là pour les sciences de gestion une opportunité formidable de mettre à l'épreuve les théories existantes,

d'en inventer de nouvelles, en particulier sur des terrains sensibles et difficiles d'accès. La puissance de la série TV tient également à sa faculté à inscrire dans le temps long un récit évolutif. C'est là une occasion sans doute unique de rendre compte de transformations profondes, sociétales ou culturelles. On pense ici inévitablement à *Mad Men*, nous projetant dans l'univers d'une agence de pub new-yorkaise des années 1960 et mettant en scène la figure de Don Draper, directeur créatif de l'agence. On ne peut qu'être frappé par l'effet-miroir entre la trajectoire personnelle du héros et les problématiques sociétales qui se font jour à l'époque : sur la place des femmes dans l'univers des entreprises, sur la montée en puissance de l'individualisme et de l'« entrepreneuriat de soi » ou bien encore sur l'emprise de l'organisation. L'infinie variété des formats et genres que recouvre l'objet sériel et qui l'amène à osciller de la série policière, en passant par le soap-opéra ou bien encore la série TV réaliste, constitue également un atout considérable. C'est l'étendue de son spectre et de la gamme de genres narratifs qui permet d'embrasser une telle variété de thèmes, de points de vue, d'explications rivales du même phénomène. La grande diversité des structures narratives étend également le champ des possibles entre les séries où chaque épisode possède son autonomie narrative, tout en s'inscrivant dans le cadre d'une thématique commune (*Black Mirror*), et les formats où chaque épisode dépend des évolutions narratives de celui qui le précède.

À comparer d'autres matériaux fictionnels (la littérature, le cinéma, etc.), la série TV a cette capacité de toucher les publics, au point d'entrer dans leur vie quotidienne, de devenir un sujet récurrent de conversation, voire l'objet de rituels entre amis ou collègues de travail. La série TV n'existe ainsi pas *per se*, elle n'existe que par sa réception, parce qu'un spectateur s'immerge dans l'imaginaire qu'elle propose. De ce point de vue, toutes les séries TV n'ont pas une capacité égale à parler à notre sensibilité, à nous projeter dans des imaginaires que nous savons fictifs mais qui nous parlent, nous touchent, parfois durablement. Il est sans doute opportun à cet égard d'approfondir notre compréhension de la « fabrique » des séries TV. On ne rappellera jamais assez l'importance de la structure narrative sur laquelle se déploie le paysage fictionnel. C'est de cette structure que la fiction tire sa puissance, que s'opère la mise en intrigue, cet assemblage inédit et singulier qui unit un décor, des situations, des personnages, une ou plusieurs temporalités, l'expression d'un point de vue. Plus que d'autres matériaux fictionnels, la série favorise l'attachement, non seulement parce qu'elle se déploie sur le temps long, mais aussi parce qu'elle dessine, au-delà de la figure du héros, une galaxie de personnages qui sont autant de possibilités d'identification et de questionnement sur soi. Comme le souligne très justement Ide (2020), les séries ne sont pas regardées uniquement pour ce qu'elles racontent ; elles marquent également par leur sens allégorique, ce qu'elles révèlent

de significations cachées ou enfouies, ce qu'elles dévoilent de mondes inconnus ou faisant l'objet de représentations stéréotypées. La série, enfin, présente un sens éthique ; elle questionne nos pratiques et nos schémas de pensée, par le parallèle qui s'instaure entre ce que donne à voir la série et nos expériences ordinaires (celles du travail, de l'organisation, de la vie en société) et par la mise en scène des dilemmes éthiques auxquels sont exposés les personnages.

Cet ouvrage, issu de la saison 1 du colloque *Management en séries*, est un témoignage remarquable des potentialités de la fiction en général, et de l'objet sériel en particulier. Par la dramaturgie qu'elle instaure, la multiplicité des angles et niveaux d'analyse qu'elle autorise, la série constitue un matériau unique pour appréhender les paradoxes organisationnels et leur résonance à l'échelle individuelle, à l'image de *L'Opéra*, série dépeignant l'Opéra de Paris, confronté à une pluralité de logiques institutionnelles. Encastrée dans un contexte socio-historique, la série possède indéniablement une dimension politique, comme le montre *The Knick*, retraçant la trajectoire de l'organisation hospitalière face au capitalisme triomphant. Dans le même esprit, *Breaking Bad* propose une immersion dans l'univers des organisations renégates ou de l'« *Upside Down* organisationnel », décrivant ce dernier non pas comme un univers parallèle mais la face inversée des organisations classiques, usant dès lors des mêmes stratégies de légitimation. *Dr House* est également convoquée pour réhabiliter les dimensions oubliées de l'organisation, notamment la place des émotions comme support à l'exercice d'un leadership authentique. Pour sa part, *The Fall and Rise of Reginald Perrin* montre cette capacité de la fiction à se positionner sur un théâtre plus intime, celui des conflits de valeurs, conduisant les salariés à endosser des masques – au sens de Goffman – sur la scène du travail, prisonniers qu'ils sont des routines et conventions sociales instituées.

S'agissant de l'usage des séries dans la pratique d'enseignement, on saura gré aux contributeurs de l'ouvrage de ne pas prêter à l'objet sériel des vertus magiques, les retours d'expérience quant à l'exploitation pédagogique de *Games of Thrones* ou *The Office* soulignant le rôle crucial du contexte d'apprentissage afin que la série puisse s'affirmer comme levier de réflexivité. Les séries peuvent indéniablement aiguïser le « regard organisationnel », en développant des capacités d'analyse et d'observation des situations de gestion, lesquelles nécessitent d'être appréhendées sous l'angle de la temporalité, de leur dimension intime, de la prospective et de l'anticipation, du rôle de la matérialité, de la multiplicité. Indépendamment du ton singulier propre à telle ou telle série, il s'agit également de questionner la production d'ouvrages entendant tirer des leçons de management des séries TV et d'en révéler les dimensions sous-jacentes. On ajoutera que la profusion des séries, au cœur des stratégies des plateformes de *streaming*, confine parfois à l'overdose. Ainsi, une

série a tôt fait d'en chasser une autre et l'enseignant hésite à investir un matériau fictionnel dont il se demande s'il marquera durablement les esprits au-delà de son écho médiatique immédiat.

La dernière partie de l'ouvrage, par une sorte de renversement, traite moins de la fiction comme modalité d'appréhension du réel, que de la façon dont la fiction infuse le réel et contribue à le faire advenir, qu'il s'agisse de la construction de figures entrepreneuriales (*Validé, Super Pumped*) ou d'alimenter une réflexion critique et prospective (*L'Effondrement*). Autre figure de ce dialogue stimulant entre fiction et réel, l'ouvrage montre comment la fiction finit par devenir un objet du réel, y compris dans ses logiques marchandes les plus exacerbées, à l'image du placement de produit dans *Stranger Things*. L'ouvrage se conclut par l'évocation du projet Red Team Défense. Reposant sur une collaboration inédite entre experts militaires et romanciers, notamment auteurs de science-fiction, il permet de dessiner les conflits de demain et les stratégies pour y faire face, en facilitant la projection sur un horizon imaginaire, sans que les acteurs soient prisonniers de leurs systèmes de croyances, de leur histoire, de leur culture, ou piégés par leur identité professionnelle et les routines dans lesquelles ils sont enserrés.

On l'aura compris, on ne saurait que trop recommander la lecture de cet ouvrage, qui impressionne par l'étendue de son spectre mais aussi par son unité et la cohérence d'ensemble. Ce dernier nous délivre un message clair : il est temps de prendre la fiction au sérieux !

Bibliographie

Agogué, M., & Sardais, C. (2019). *Petit traité de management : pour les habitants d'Essos, de Westeros et d'ailleurs*. Éditions EMS, coll. « Pratiques d'entreprises » / Éditions JFD, Caen / Montréal (Québec).

Chanlat, J.-F. (1998). *L'individu dans l'organisation, les dimensions oubliées*. Presses de l'Université Laval, Laval.

Dreyfuss, L., & Rascol-Boutard, S. (2018). Les séries télévisées, un support pédagogique impliquant. *@GRH*, 26, 103-122.

Esquenazi, J.P. (2009). Télévision. La familiarité des publics avec leurs séries. *Idées*, (155), mars, 26-31.

Ide, P. (2020). Pourquoi aimons-nous les séries télévisées ? Une exégèse selon les quatre sens de l'Écriture. *Nouvelle revue théologique*, Tome 142(3), 437-455.

Schaeffer, J.M. (1999). *Pourquoi la fiction ?* Éditions du Seuil, coll. « Poétique », Paris.

Simon, H. (1991). *Sciences des systèmes, sciences de l'artificiel*. Dunod, coll. « AFCET », Paris.

Szipirglas, M. (2023). *Comprendre le management avec La casa de papel*. Éditions EMS, coll. « Nouvelles pédagogies », Caen.

INTRODUCTION

Management en séries, du script à la prod'

Romain Pierronnet



Au départ était une frustration souvent partagée en sciences sociales : celle de voir nos travaux peu mobilisés en termes d'impact dans le monde extra-académique. Ancien (Carton & Mouricou, 2017), ce constat a été renouvelé pour les auteurs en 2021 lors de la parution d'un nouvel ouvrage consacré au leadership et au développement personnel, inspiré d'une série TV (dont nous ne citerons pas le titre mais *spoiler* : il est quelque part dans la suite de ce livre !) et dont la présentation laissait penser – à juste titre – que son propos n'aborderait les pratiques managériales, une fois n'est pas coutume, qu'au seul prisme du « bon comportement du bon manager ». Ce n'est pas comme si, en France, nous avions des enseignants-chercheurs en management qui, eux aussi, doivent bien regarder des séries TV avec leur prisme singulier (à l'instar d'autres disciplines complémentaires des sciences sociales) ? Bien sûr, il y en a bien un certain nombre, dont plusieurs nous ont fait l'honneur et l'amitié de contribuer à cet ouvrage, lequel fait suite au colloque *Management en séries*, organisé à l'université Gustave Eiffel les 30 et 31 mars 2023. Devenu récurrent depuis, la première édition de ce colloque fut organisée à l'initiative de Claire Edey Gamassou, Florent Giordano, Mathias Szpirglas ainsi que l'auteur de ces lignes. C'est également ensemble que nous avons eu plaisir à coordonner la préparation de cet ouvrage.

Mais pour commencer, revenons tout de même à cet objet commun, produit des industries culturelles et créatives : les séries. Elles n'ont rien de bien récent et bon nombre des lecteurs de cet ouvrage, si ce n'est tous, se remémoreront jusqu'à celles qu'il ou elle regardait déjà dans son enfance, des *Mystères de l'Ouest* (*The Wild Wild West*, 1965, 4 saisons) à *La casa de papel* (2017, 5 saisons) et *Lupin* (2021, 3 saisons) en passant par *Les têtes brûlées* (*Baa Baa Black Sheep*, 1976, 2 saisons) ou *L'agence tous risques* (*The A-Team*, 1983, 5 saisons). Ce qui est en revanche plus récent, c'est le passage de « séries TV » à des « séries », tout court, au sens où leur diffusion n'est plus du seul fait de la télévision : outre leur diffusion en direct ou sur des supports matériels (VHS, DVD, Blu-ray...), ces séries se diffusent désormais sur des plateformes Web de *streaming* qui se sont d'ailleurs multipliées (et certaines ont disparu) : Netflix, Amazon Prime, Disney+... sans parler des plateformes de *video on demand* (VOD – Vidéo à la Demande) lancées par des fournisseurs d'accès Internet sous des formes diverses et variées (légales ou non, d'ailleurs). L'histoire de plusieurs de ces plateformes demeure invariablement liée à certaines séries qui ont fortement contribué à leur lancement (comme *House of Cards*, 2013, 6 saisons) ou contribuent à leur actualité et à les maintenir concurrentes dans ce segment particulier des industries culturelles et créatives (ICC). Le « capitalisme de plateforme » (Boyer, 2022) se décline donc aussi sur ce segment, grâce à la technologie du *streaming* dont le modèle économique repose non sur la possession par le consommateur d'un support matériel d'une œuvre audiovisuelle, mais sur

un abonnement qui autorise le client à la visionner, durant une période déterminée. Ce changement supposait également que le public y adhère, avec une évolution des pratiques de consommation dont l'un des avatars réside dans l'émergence du *binge-watching* (Combes, 2015).

Phénomène culturel et économique, le succès renouvelé des séries est aussi de nature sociale et politique. Elles ont pris une place considérable dans nos vies (Martin, 2021) et inspirent de plus en plus de travaux en sciences humaines et sociales, par exemple en philosophie (Laugier, 2019) où elles permettent désormais même de bachoter pour l'épreuve de philosophie (Bonnet & Genovesio, 2022).

Le projet de cet ouvrage est donc de prolonger cette appropriation scientifique du « phénomène séries », la recherche et ses méthodes permettant d'offrir un pas de côté par rapport à un produit des ICC qui, s'il se banalise, mérite d'autant plus de s'y intéresser. Ce faisant, les auteurs se félicitent rétrospectivement d'être parvenus à dépasser leur frustration initiale qui, si elle fut un moteur ou l'étincelle d'allumage d'une démarche, a permis d'agréger des collègues autour d'un objet d'intérêt commun.

Si l'objet sériel peut apparaître original, il pourrait faire se demander à certains : « Mais est-ce bien sérieux ? » Avec cet ouvrage, nous espérons montrer que oui : non seulement il est légitime de travailler sur un objet disposant d'un tel impact managérial mais, de surcroît, il est tout à fait possible et pertinent de les appréhender en mobilisant des méthodes sérieuses de recherche en sciences humaines et sociales qui contribueront à créer une compréhension et une connaissance solides et utiles, ne serait-ce que pour prendre du champ vis-à-vis d'une pratique de consommation qui, cet ouvrage le montrera, n'est pas sans effet sur le social. Après tout, quel qu'en soit le support artistique, le recours à la fiction permet d'envisager le réel tel qu'il est ou tel qu'il pourrait advenir, voire de le transformer. Des collègues mobilisent d'ailleurs avec succès la fiction comme outil de prospective managériale (Stich & Nicot, 2023, 2024) et c'est d'ailleurs, en guise de *teasing*, par un exercice de cette nature que s'achève cet ouvrage.

Aussi, la préparation de ce livre a été l'occasion d'une réflexion sur le lien entre le fictionnel et le réel, nous invitant à mobiliser la notion « d'ontophanie » resuscitée par le philosophe du design Stéphane Vial (2013, p. 110) : « Par phénoménalité des phénomènes, nous entendons la manière dont l'être (ontos) nous apparaît (*phainomenon*), en tant que celle-ci induit une qualité particulière de se-sentir-au-monde. Nous l'appelons ontophanie. » Si l'auteur mobilise l'ontophanie pour discuter du rapport entre l'individu et les dispositifs numériques (« ontophanie numérique »), il y aurait également lieu de parler « d'ontophanie sérielle » pour désigner ce que nous font les séries : elles structurent nos représentations du monde, de l'époque et des individus qui la peuplent. Ce faisant, les séries

ne sauraient être résumées à de simples produits culturels destinés à divertir le public : elles ont le potentiel et véhiculent l'ambition de changer le public, avec une intentionnalité artistique et, manifestement, éthique voire politique. Cet ouvrage se propose donc d'ouvrir et de partager une réflexion focalisée sur la question managériale : et si les séries pouvaient nous aider à mieux manager et, pour mobiliser un vocabulaire typiquement gestionnaire, à accroître notre performance voire notre performance globale ? Car au-delà de la fabrication de nos représentations, ces séries contiennent des modes d'emploi, des outils, des actes entre lesquels elles invitent l'audience à arbitrer.

L'ouvrage que vous tenez entre les mains (à moins que vous ne le consultiez en version numérique, auquel cas vous l'avez au bout de la souris et du clavier : une autre exemple d'effet du virtuel sur le réel) est organisé en trois parties.

La première regroupe des contributions qui montrent en quoi le support sériel peut permettre de déconstruire les pratiques managériales. Si « déconstruire » est la méthode, « critiquer » – par la recherche – en constitue la finalité au travers de ces cinq premiers chapitres (intitulés épisodes dans l'ouvrage) qui se proposent d'amener le lecteur à utiliser cinq séries pour faire un pas de côté vis-à-vis du management des femmes et des hommes au travail. Il nous a semblé que l'un des points communs de ces chapitres réside dans l'époque à laquelle ils renvoient, nous rappelant que les représentations managériales et les pratiques associées peuvent être d'autant mieux comprises lorsqu'elles sont situées dans un contexte, dans un temps social, politique, culturel, économique, etc. Aussi, nous invitons le lecteur à se demander ce que ces cinq premières séries et ces cinq premiers chapitres disent de cette relation entre « le management » et l'époque dans laquelle il s'inscrit... avant de se demander en quoi les choses ont changé depuis.

La deuxième partie est consacrée à l'enseignement de la gestion, ce qui n'est guère étonnant dans le prolongement d'une démarche partant du questionnement de l'impact réel de la recherche en management : son premier vecteur réside dans les enseignements proposés en formation initiale et continue à nos étudiants... lesquels sont eux-mêmes consommateurs de séries et ont donc, parfois sans s'en rendre compte, développé des représentations du management au fil de leur consommation de séries. À l'instar de pratiques comme la ludopédagogie susceptibles de servir la montée en compétences des managers (Lépinard, 2024), les séries représentent donc également un potentiel à explorer. Aussi, parmi ces quatre chapitres, trois reviennent sur des expériences pédagogiques d'enseignement du management « par » la série TV, ce qui peut constituer une source d'inspiration pour des formateurs ou des enseignants. Le quatrième de ces chapitres a un statut particulier puisque, commis

par les auteurs de l'ouvrage, il provient directement de la réflexion qui a aussi conduit à l'organisation du premier colloque *Management en séries* et donc, de cet ouvrage. Ce chapitre a ainsi permis de prendre un peu de distance vis-à-vis de la frustration évoquée au début de cette introduction.

La troisième et dernière partie donne à voir en quoi derrière le support sériel, la fiction peut rejoindre le réel au service de projets dans lesquels la dimension artistique rejoint des questions plus économiques ou stratégiques. Ces cinq chapitres montrent en quoi non seulement la fiction mobilise le réel mais aussi en quoi le réel peut mobiliser la fiction, dans une sorte de recherche de performativité. Avouons-le et revendiquons-le : c'est singulièrement le cas du dernier chapitre de l'ouvrage, dont le *teasing* amène à relever qu'il fait une entorse à cet ouvrage consacré aux séries TV : s'il relate une expérience fictionnelle autre, il montre au-delà de « ce que les séries peuvent faire » ce que les fictions peuvent amener à l'action collective organisée, au cœur du questionnement des sciences de gestion.

Aussi, toujours dans un esprit de *teasing* mais sans néanmoins vous dévoiler la fin, la conclusion de l'ouvrage vous proposera un aperçu global de l'ensemble des contributions nées de cette démarche. Mais que nos lecteurs se rassurent : ce livre n'est pas une somme qui juxtaposerait ou concatènerait des séries, en cherchant à toutes les aborder ou à les faire parler : les séries convoquées dans cet ouvrage ont été choisies par nos contributrices et nos contributeurs à la fois parce qu'elles se prêtent au regard des sciences humaines sociales – notamment des sciences de gestion et du management – mais aussi, et il faut bien en assumer la subjectivité, parce qu'elles leur parlent suffisamment pour avoir envie de les mobiliser au service du projet de cet ouvrage.

Enfin, nous tenons à adresser de nombreux remerciements à celles et ceux sans qui cet ouvrage n'aurait pas pu voir le jour, à commencer par les vingt auteurs qui ont bien voulu contribuer à cet ouvrage.

Nous renouvelons également nos remerciements aux membres du comité scientifique (Tableau 1) de *Management en séries* dont le travail d'évaluation et de révision permet chaque année, alors que s'annonce une troisième édition, de contribuer à la qualité des propositions et des discussions qu'elles suscitent. Dès la naissance de ce projet commun autour des séries, nous avons perçu l'intérêt de les concevoir comme un « objet-frontière » (Star & Griesemer, 1989 ; Star, 2010) propice à une pratique enrichissante de l'interdisciplinarité (Klein, 2010) en sciences humaines et sociales. Si les sciences de gestion et du management sont largement représentées dans la composition des membres des comités scientifiques successifs, nous ne pouvons qu'encourager des collègues intéressés et issus d'autres disciplines à se joindre à nous.

Tableau 1. Membres des comités scientifiques de Management en séries depuis sa première édition en 2021

Membre	Établissement	Discipline
Sonia Adam-Ledunois	Université Paris Dauphine, DRM	Sciences de gestion et du management
Marine Agogué	HEC Montréal	Sciences de gestion et du management
Renaud Allamano	Université de Lorraine, CERFIGE	Sciences de gestion et du management
Mathilde Aubry	EM Normandie	Sciences économiques
Nancy Aumais	ESG UQAM	Sciences de gestion et du management
Yoann Bazin	Université Paris Nanterre, CEROS	Sciences de gestion et du management
Mathias Béjean	Université Paris-Est Créteil, IRG	Sciences de gestion et du management
Marjolaine Boutet	Université Sorbonne Paris Nord, Pléiade	Civilisation nord-américaine
Erwan Boutigny	Université Le Havre Normandie, NIMEC	Sciences de gestion et du management
Justine Breton	Université de Lorraine, SAMA	Littérature comparée
Anaïs Carnet	Université de Bourgogne, Centre Inter Langues – Texte, Image, Langage	Langues, Littératures et Civilisations
Tarik Chakor	Aix-Marseille Université, LEST	Sciences de gestion et du management
Nicolas Charles	Université Paris 1, UMR SIRICE	Histoire
Manon Châtel	Aix-Marseille Université, CERGAM	Sciences de gestion et du management
Véronique Chossat-Noblot	Université de Reims Champagne-Ardenne, CRIEG équipe REGARDS	Sciences économiques
Jean-Philippe Danglade	KEDGE BS	Sciences de gestion et du management
Pierre Denmat	Université Paris Ouest Nanterre, UMR LAVUE (équipe Mosaïque)	Géographie

Membre	Établissement	Discipline
Rebecca Dickason	Université de Rennes, CREM	Sciences de gestion et du management
Jean-Paul Domin	Université de Reims Champagne-Ardenne, CRIEG équipe REGARDS	Sciences économiques
Loubna Echajari	Université de technologie de Troyes, LIST3N	Sciences de gestion et du management
Claire Edey Gamassou	Université Paris-Est Créteil, IRG	Sciences de gestion et du management
Julie Escurignan	Université catholique de l'Ouest, CHUS	Sciences de l'information et de la communication
Olivier Germain	ESG UQAM	Sciences de gestion et du management
Florent Giordano	Université de Reims Champagne-Ardenne, CRIEG équipe REGARDS	Sciences de gestion et du management
Amaury Grimand	IAE de Nantes, LEMNA	Sciences de gestion et du management
Aurélia Heurteux	Université de Reims Champagne-Ardenne, CRIEG équipe REGARDS	Sciences de gestion et du management
Aurore Labadie	Université Paris 3 Sorbonne Nouvelle, Thalim/CERACC	Littérature et civilisation française
Amira Laifi	EM Normandie	Sciences de gestion et du management
Ève Lamendour	Université de la Rochelle, LITHORAL	Sciences de gestion et du management
Joan Le Goff	Université Paris-Est Créteil, IRG	Sciences de gestion et du management
Catherine Lespérance	ESCP BS	Sciences de gestion et du management
Dorian Marchais	Université de Reims Champagne-Ardenne, CRIEG équipe REGARDS	Sciences de gestion et du management
Virginie Martin	KEDGE BS	Science politique
Delphine Minchella	EM Normandie	Sciences de gestion et du management
Stéphan Pezé	Université Toulouse 1 Capitole, TSM Research	Sciences de gestion et du management

Membre	Établissement	Discipline
Briac Picart Hellec	Université du Havre, GRIC	Langues et littératures étrangères
Romain Pierronnet	Université de Lorraine, CEREFIGE	Sciences de gestion et du management
Xavier Philippe	EM Normandie	Sociologie
Sophie Rausch	NEOMA BS	Sciences de gestion et du management
Aurélien Rouquet	NEOMA BS	Sciences de gestion et du management
Émilie Ruiz	Université de Savoie Mont Blanc, IREGE	Sciences de gestion et du management
Lamia Sadoun	Université de Reims Champagne-Ardenne, CRIEG équipe REGARDS	Sciences de gestion et du management
Alexandre Salvatori	Université Paris-Est Créteil, IRG	Sciences de gestion et du management
Cyrille Sardais	HEC Montréal	Sciences de gestion et du management
Monika Siejka	UVSQ, Université Paris-Saclay, CHCSC	Sciences de l'information et de la communication
Mathias Szpirglas	Université Gustave Eiffel, IRG	Sciences de gestion et du management
Sabrina Tanquérel	EM Normandie	Sciences de gestion et du management
Albéric Tellier	Université Paris Dauphine, M-Lab/DRM	Sciences de gestion et du management
Christelle Théron	Université Toulouse 1 Capitole, TSM Research	Sciences de gestion et du management
Olivier Vidal	CNAM, LIRSA	Sciences de gestion et du management
Shannon Wells-Lassagne	Université de Bourgogne, Centre Inter Langues – Texte, Image, Langage	Langues et littératures anglaises et anglo-saxonnes

Les chapitres de l'ouvrage sont illustrés par les croquis réalisés par Guillaume Reynard¹ en *live*, croquant les intervenants et les interventions qui ont émaillé la première édition du colloque. Nous l'en remercions également !

¹ <https://www.guillaumereynard.com/>

Merci à Amaury Grimand et Jean-Philippe Denis de nous avoir fait l'amitié de rédiger respectivement la préface et la postface de cet ouvrage collectif.

Merci aux Éditions EMS pour leur confiance et plus particulièrement à Gaël Letranchant pour son accompagnement tout au long du processus éditorial.

Et...

...To be continued

*Avec une pensée particulière, comme nous l'avions fait lors du colloque,
pour notre collègue Cécile Poisson.*

Bibliographie

Bonnet, A., & Genovesio, B. (2022). *J'assume en philo grâce aux séries*. De Boeck, Paris.

Boyer, R. (2022). Platform capitalism: a socio-economic analysis. *Socio-Economic Review*, 20(4), 1857-1879.

Carton, G., & Mouricou, P. (2017). A quoi sert la recherche en management ? Une analyse systématique de la littérature anglo-saxonne sur le débat rigueur-pertinence (1994-2013). *M@n@gement*, 20(2), 166-203.

Combes, C. (2015). « Du rendez-vous télé » au binge watching : typologie des pratiques de visionnage de séries télé à l'ère numérique. *Études de communication*, 44(1), 97-114.

Klein, J.T. (2010). A Taxonomy of Interdisciplinarity. In J.T. Klein & C. Mitcham (eds.), *The Oxford Handbook of Interdisciplinarity* (p. 15-30). Oxford University Press, Oxford.

Laugier, S. (2019). *Nos vies en séries : philosophie et morale d'une culture populaire*. Climats, Paris.

Lépinard, P. (2024). La ludopédagogie au service du développement des compétences transversales des futurs managers. Dans G. Martinache & R. Zerbib (dir.), *Formation* (p. 178-184). Éditions EMS, Caen.

Martin, V. (2021). *Le charme discret des séries*. Humensis, Paris.

Star, S.L. (2010). Ceci n'est pas un objet-frontière ! *Revue d'anthropologie des connaissances*, 41(1), 18-35.

Star, S.L., & Griesemer, J.R. (1989). Institutional Ecology, "Translations" and Boundary Objects: Amateurs and Professionals in Berkeley's Museum of Vertebrate Zoology, 1907-39. *Social Studies of Science*, 19(3), 387-420.

Stich, J.-F., & Nicot, S. (2023). *Travailler encore ? Sciences et fictions sur le futur de l'emploi*. ActusF, coll. « Les Trois Souhais », Chambéry.

Stich, J.-F., & Nicot, S. (2024). *Au boulot, les robots...* ActusF, coll. « Les Trois Souhais », Chambéry.

Vial, S. (2013). *L'être et l'écran*. Presses Universitaires de France, Paris.