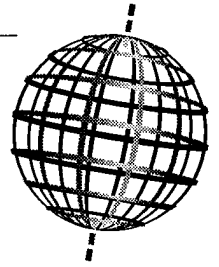


Topographie épistémologique du champ de recherche en stratégie d'entreprise



RICHARD DÉRY

École des Hautes Études Commerciales de Montréal

RÉSUMÉ

Depuis quelques années, nous assistons à l'émergence d'une épistémologie propre au champ de recherche en stratégie d'entreprise. Sur la question épistémologique centrale de la constitution des connaissances en stratégie, cette épistémologie naissante emprunte une variété de directions complémentaires. Dans cet article, je balise le territoire réflexif de cette épistémologie. En particulier, nous verrons que le questionnement épistémologique prend des formes différentes selon l'endroit où l'on se situe dans le champ de recherche: dans le champ général de la stratégie, dans les sciences de la gestion, dans les sciences sociales, dans le champ général des sciences ou dans le champ social global, les questions épistémologiques et les enjeux qu'elles soulèvent seront différents.

ABSTRACT

In the past few years we have seen the emergence of an epistemology specific to the field of corporate strategy research. From the central epistemological question of the constitution of strategy knowledge, this fledgling epistemology goes off in various complementary directions. In this article, the author defines the reflexive territory of this epistemology. Specifically, we see that epistemological questioning takes various forms depending on one's point of view. Epistemological questions and the issues that they raise will be different depending on whether the discussion of the constitution of strategy knowledge takes place in the field of research, the general field of strategy, management sciences, social sciences, science in general or the social field in general.

RESUMEN

Desde hace algunos años, asistimos a la emergencia de una epistemología propia al campo de la investigación sobre estrategia empresarial. Entorno a la cuestión epistemológica central relativa a la constitución de los conocimientos sobre estrategia, esta epistemología naciente toma una variedad de direcciones complementarias. En este artículo, presento las pautas acerca del terreno reflexivo propicio para esta epistemología. En particular, veremos que el cuestionamiento epistemológico toma formas diferentes según el lugar en el cual se lo sitúe. En efecto, las cuestiones epistemológicas y los problemas planteados por ellas serán de distinta naturaleza, según que la reflexión sobre la constitución de los conocimientos sobre estrategia se sitúe en el campo de la investigación, en el campo general de la estrategia, en las ciencias de gestión, en las ciencias sociales, en el campo general de las ciencias o en el campo social global.

Le champ de recherche en stratégie d'entreprise

De la bibliothèque du savoir au système des positions relatives

À l'instar de tous les champs de recherche, celui en stratégie d'entreprise se définit, en première approximation, comme *un espace socio-cognitif qui regroupe l'ensemble des chercheurs qui, par leurs activités de recherche, construisent des connaissances en stratégie d'entreprise*. En tant qu'espace socio-cognitif, le champ de recherche ne se réduit pas à un ensemble de connaissances relatives à la stratégie d'entreprise. Pour caricaturer: le champ de recherche n'est pas une bibliothèque de savoir à lire et à comprendre, ni une encyclopédie à consulter et pas davantage un manuel à posséder. La description de l'ensemble des recherches relatives à la stratégie d'entreprise n'épuise donc pas la réalité concrète du champ de recherche, puisque celui-ci est aussi un espace social fait de relations entre les chercheurs. De la même façon, le champ ne se réduit pas à l'ensemble de ses membres et de leurs relations. Toujours de manière caricaturale, le champ de recherche n'est pas une corporation professionnelle, ni

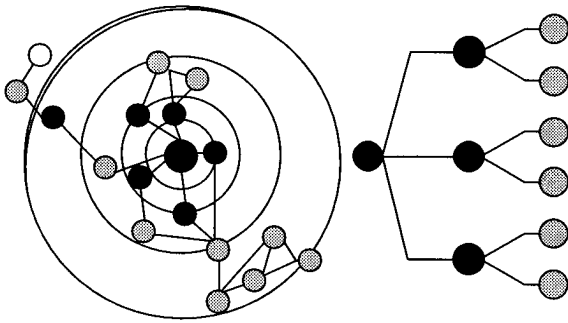
même une corporation disciplinaire et pas davantage un annuaire téléphonique de l'ensemble des chercheurs en stratégie.

Le champ de recherche est à la fois un espace social et cognitif. Il est le lieu de rencontre de chercheurs «connais-sants» et de connaissances forcément sociales. Plus précisément, il est le lieu de rencontre de chercheurs «connais-sants» qui, au fil de leurs activités de recherche, se donnent un espace de travail en construisant leur objet de connaissance. C'est dire que la connaissance qu'ils mettent en commun pour constituer cet espace est sociale et que le tissu des relations sociales est chargé cognitivement. Les chercheurs tout comme les savoirs sont à la fois sociaux et cognitifs.

Espace socio-cognitif, le champ de recherche est aussi un espace politique. Le politique étant l'oxygène des relations sociales, il va alors sans dire que cette dernière dimension donne une forme au champ et lui assure sa dynamique. Du coup, le champ de recherche en stratégie se présente comme le lieu socio-cognitif où des chercheurs déploient des stratégies de recherche et débattent d'enjeux particuliers afin de s'assurer le contrôle de sa constitution (Bourdieu, 1975; Whitley, 1984; Audet, 1986). Pour les

FIGURE 1

**Le champ de recherche
comme espace de positions relatives**



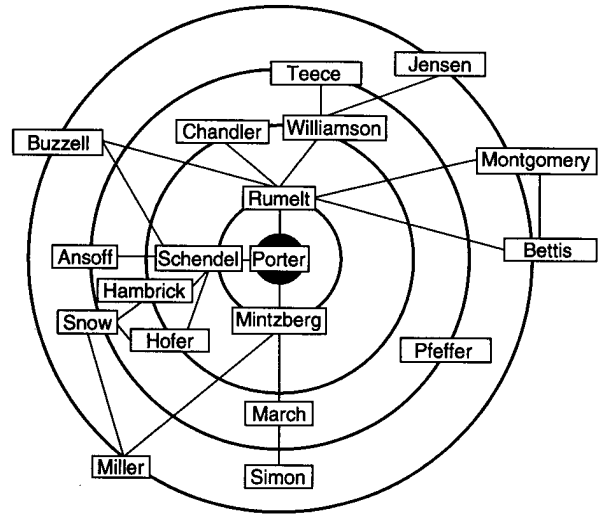
membres du champ, faire de la recherche en stratégie ne se réduit donc pas à la construction de connaissances, c'est aussi à la fois un moyen de contrôle social à leur disposition et l'enjeu central de leurs rapports sociaux. En seconde approximation, le champ de recherche en stratégie est l'espace socio-cognitif et collectif où se déploient les stratégies des chercheurs et le système politique et cognitif de leurs positions relatives. En tant que système collectif de positions relatives, le champ de recherche comporte donc une position dominante, ou noyau dur du champ, des positions pivots et des positions périphériques, voire excentriques. Un tissu de relations de coopération et de concurrence unit l'ensemble de ces positions de manière à constituer concrètement un espace politique et socio-cognitif commun. Ce système de positions relatives peut se représenter sous la forme d'un ensemble de cercles concentriques ou sous les traits d'un réseau (voir figure 1).

Se représenter le champ de recherche en stratégie sous la forme d'un espace de cercles concentriques permet de mettre en évidence la structure politique et socio-cognitive d'ensemble du champ. Cela illustre, d'une certaine façon, la réalité structurelle qui émerge du jeu d'alliances et de luttes auquel se livrent les chercheurs du champ. Cette structure est donc largement non intentionnelle, elle est un effet de composition (Boudon, 1979). À partir d'une recherche empirique réalisée sur un corpus constitué des 599 articles publiés dans la revue *Strategic Management Journal* entre 1980 et 1993, la structure empirique du champ prendrait la forme suivante (pour une représentation plus complète, voir Déry, 1995) (voir figure 2).

Quant à la représentation sous forme de réseau, elle permet de mettre en évidence le choix qui s'offre aux membres du champ. Elle illustre, d'une certaine façon, la réalité individuelle de la recherche, le fait que la recherche implique de prendre des positions et, par conséquent, de voir les autres nous en attribuer une dans l'espace structurel des positions relatives du champ. À l'examen des résultats de la recherche évoquée plus haut, le réseau empirique partiel, ou si l'on préfère l'arbre de décision empirique s'offrant aux chercheurs qui se construisent une position théorique en stratégie, peut se représenter de la manière suivante (voir figure 3).

FIGURE 2

**Structure empirique partielle du champ
de recherche en stratégie**

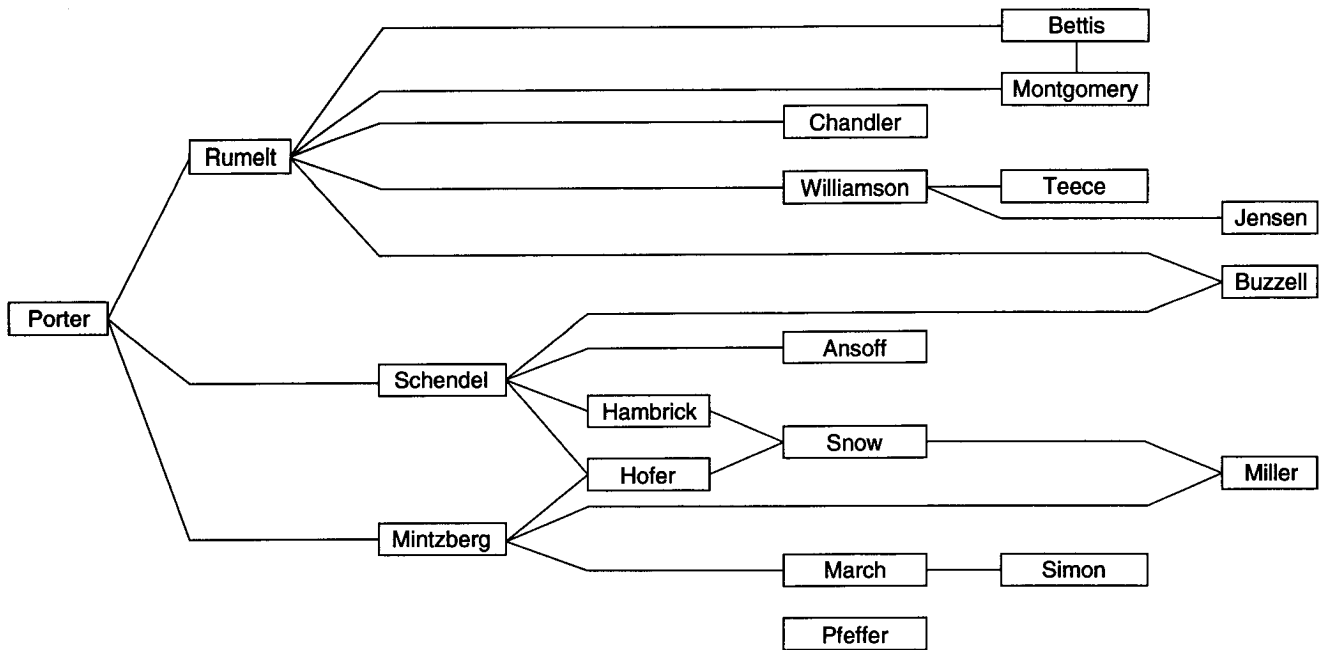


Les deux représentations se complètent donc puisque, par leurs choix individuels de recherche, les membres du champ donnent collectivement une forme structurale à leur espace commun. D'une certaine manière, la représentation du champ sous la forme de cercles concentriques et sous les traits d'un réseau actualisent deux façons complémentaires d'entrer en relation avec le champ, soit de manière holiste, en adoptant le point de vue du champ dans son ensemble, soit de manière individualiste, en optant pour les choix que prennent les membres du champ. Ces deux manières de faire sont complémentaires et imbriquées l'une dans l'autre puisque la structure du champ ne prend véritablement forme que par les choix de ses membres et que ces choix sont tributaires de cette structure.

Par ailleurs, l'imbrication de la réalité du champ et des choix individuels se traduit par une tension que vivent tous les chercheurs, à savoir une tension entre la conformité à la réalité du champ et l'originalité des choix individuels de recherche (Kuhn, 1977). Cette tension découle de ce que faire de la recherche est le fruit de choix individuels. Toutefois, comme ces choix représentent des enjeux dans l'espace collectif qu'est le champ, ils prennent leur pleine signification lorsqu'ils sont mis en rapport avec ceux des pairs. Par leurs choix de recherche, les chercheurs en stratégie interviennent dans leur champ et y prennent position. Ils peuvent alors faire preuve d'originalité au risque de se voir attribuer une position nettement périphérique, voire carrément excentrique. Ils peuvent aussi opter pour une démarche plus conforme à la structure dominante du champ et, du coup, devenir des alliés de ceux et celles qui détiennent les positions dominantes du champ. Cela dit, de manière générale, en stratégie, comme dans la plupart des champs de recherche, le champ exerce en quelque sorte une force d'attraction qui conduit la majorité des chercheurs à se conformer plutôt qu'à risquer l'originalité. C'est dire qu'une fois qu'un champ de recherche s'est donné un noyau dur, il est très difficile de s'en écarter.

FIGURE 3

Réseau empirique partiel du champ de recherche en stratégie



Des connaissances constituées aux stratégies des joueurs

Dans leur espace politique commun, les membres du champ construisent des stratégies qui visent à obtenir le contrôle de certains enjeux qui se confondent, en partie, aux stratégies elles-mêmes. Ces dernières sont d'ailleurs l'enjeu principal autour duquel le champ se structure en un système politique de positions relatives et en un espace socio-cognitif où se déploient toutes les stratégies. Comme le champ est alors sans cesse renouvelé par les activités de recherche mises en jeu pour régir sa structuration, il ne se réduit donc pas à un corpus universel de connaissances. Il est d'abord un système concurrentiel et coopératif d'action, un espace où se déploient une variété de stratégies de concurrence et de collaboration visant à s'en rendre maître.

En règle générale, c'est la définition même de la validité des activités de recherche en stratégie qui est l'enjeu central des rapports sociaux. Chacun tente d'imposer sa définition, mais doit en même temps composer avec celles des autres membres du champ. Les chercheurs ne sont donc pas complètement prisonniers des définitions de leurs pairs; ils ont des options relatives à ce que devrait être la définition d'une «bonne recherche» en stratégie, qu'ils font d'ailleurs valoir par leurs activités concrètes de recherche. En soumettant les résultats de leurs recherches, ils marquent leur accord ou leur désaccord vis-à-vis des définitions qui ont cours dans le champ et, du coup, ils y prennent position. Dès lors, et contrairement à une certaine image hagiographique de la recherche, l'absence de consensus dans le champ de la stratégie ne signifie pas qu'il n'y a pas de définition de la validité des recherches en stratégie, mais

plutôt que cette définition est, précisément, un enjeu central des rapports entre les membres du champ autour duquel se construit une variété de positions.

Un jeu multidimensionnel

Le jeu de concurrence et de collaboration pour obtenir le contrôle de la définition de la validité et des pratiques concrètes de recherche en stratégie se manifeste à plusieurs niveaux: individuel, scolaire, institutionnel, médiatique, professionnel, national et disciplinaire. Premièrement, le jeu a une dimension individuelle: les chercheurs qui engagent le débat prennent part directement au développement des connaissances. Deuxièmement, la dimension scolaire renvoie aux œuvres des auteurs et témoigne du caractère cognitif du jeu de luttes et d'alliances entre les auteurs. Au delà des auteurs, un champ de recherche est aussi le lieu du choc des idées et des théories. Troisièmement, le débat se situe dans les institutions qui favorisent la recherche en stratégie. À ce niveau, les chercheurs sont engagés dans des relations de coopération et de concurrence en vue d'obtenir la mainmise sur les institutions qui participent au déroulement des recherches concrètes. Ces institutions deviennent ainsi à leur tour un enjeu dans la conquête du contrôle des pratiques concrètes de recherche. Les chercheurs visent, en particulier, le contrôle des institutions de formation, de financement et de recherche qui représentent, en quelque sorte, des joueurs institutionnels autant que des enjeux à maîtriser. Quatrièmement, le jeu a une dimension médiatique. Tout comme dans le cas des institutions, les médias de diffusion, notamment les revues savantes, sont également des joueurs collectifs

engagés dans la structuration du champ et des enjeux que cherchent à maîtriser les auteurs qui y publient. Cinquièmement, en favorisant le regroupement de chercheurs et la diffusion de leurs recherches, les associations professionnelles sont, elles aussi, des joueurs collectifs et des enjeux clés de la structuration du champ de recherche. Sixièmement, de par leur appartenance à des formations nationales particulières, les chercheurs donnent également une dimension nationale à leur jeu socio-cognitif. C'est dire qu'il y a, en quelque sorte, une compétitivité nationale dans un contexte de mondialisation de la recherche. Enfin, le champ de recherche en stratégie n'est pas un système social clos. Les membres du champ de la stratégie tissent des liens avec d'autres champs de connaissances et, du coup, chargent leur jeu concurrentiel d'une dimension disciplinaire. C'est d'ailleurs en partie par là qu'il est possible de rendre intelligibles les diverses connaissances en stratégie. Les chercheurs en stratégie forment un groupe social et vouloir rendre compte de la constitution du corpus qu'ils construisent nécessite, certes, de comprendre les rapports sociaux entre les membres du champ, mais un tel projet passe aussi par l'étude des relations avec d'autres champs.

Les domaines du jeu socio-cognitif

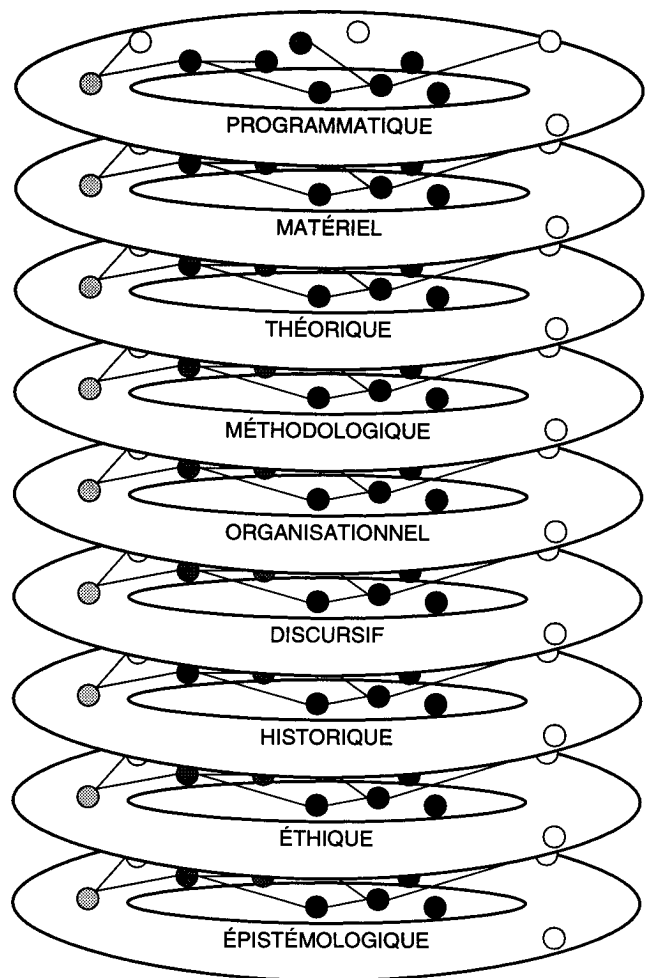
Si les relations de coopération et de concurrence autour d'enjeux président à la constitution du champ de recherche et expliquent, en partie, la variété que l'on peut y trouver, il importe de voir que, dans le champ, il existe une variété de niveaux de débats, une variété de domaines où l'on peut trouver une variété de positions, une variété d'options. Ces domaines sont les domaines programmatique, matériel, théorique, méthodologique, organisationnel, discursif, historique, éthique et épistémologique.

Les débats dans le domaine programmatique concernent la finalité du champ, le projet que ses membres veulent voir se réaliser par leurs activités de recherche. Par exemple, le champ doit-il s'engager dans la résolution de problèmes concrets de gestion stratégique ou doit-il plutôt emprunter le chemin classique balisé par les sciences sociales? Peut-il opter pour une position entre ces deux extrêmes?

Dans le domaine matériel, les membres du champ débattent de questions ontologiques. En particulier, ils tentent de faire valoir la pertinence de certains objets à connaître dans la compréhension de l'objet maître qu'est la stratégie d'entreprise. C'est ainsi que les chercheurs tentent de mettre à l'avant-scène le dirigeant, l'organisation ou l'environnement en tant qu'objets concrets réels de premier plan dont la connaissance serait requise pour élucider la réalité des stratégies. C'est aussi à ce niveau que prend place le débat opposant les tenants des processus stratégiques à ceux de l'étude des contenus stratégiques. Ces derniers font valoir, entre autres, que l'étude des premiers est certes d'un grand intérêt, mais qu'elle relèverait du domaine matériel de différentes sciences sociales et non pas

FIGURE 4

Les domaines du champ



de celui du champ de recherche en stratégie, alors que les seconds considèrent que la connaissance des contenus stratégiques passe forcément par une prise en compte des processus qui leur donnent forme et consistance.

Au niveau théorique, nous retrouvons les débats théoriques classiques. Il est à noter que la réalité du champ de recherche est généralement réduite à ce seul domaine de débats, comme en témoigne l'accent mis sur les revues de littérature et les synthèses théoriques du domaine (Schendel et Cool, 1988; Lyles, 1990; Mintzberg, 1990; Schwenk et Dalton, 1991; Rumelt et collab., 1994).

Les membres du champ se situent sur le plan méthodologique lorsque leurs débats s'engagent sur le chemin des règles méthodologiques qui sont jugées plus scientifiques et pertinentes que d'autres à l'étude de la stratégie (Venkataraman et Grant, 1986; Shrivastava, 1987). Dans ce contexte, il n'est pas rare de voir, d'un côté, des appels à l'unité et au partage, appels qui, la plupart du temps, se doublent d'une proposition de paradigme devant engager le champ de la stratégie sur la voie de la scientificité (Teece,

1990; Rumelt et collab., 1994) et, de l'autre, un groupe grandissant de chercheurs se faire l'avocat d'un certain pluralisme épistémologique (Mahoney, 1994; Prahalad et Hamel, 1994).

Les débats du champ se situent au niveau organisationnel lorsque les membres du champ tentent d'imposer leur option en matière d'organisation de la recherche. Les études scientométriques en stratégie qui tentent de faire valoir le prestige de certaines revues participent à la définition de ce domaine (MacMillan et Stern, 1987; MacMillan, 1989; 1991; Franke et collab., 1990; Johnson et Podsakoff, 1994).

Le débat se déplace au niveau discursif lorsque les auteurs discutent, entre autres, de la pertinence du langage logico-mathématique pour la théorisation de la stratégie ou lorsqu'ils font valoir l'importance d'un niveau de langage accessible à la pratique concrète.

C'est au niveau du domaine historique qu'il convient de loger les reconstructions de l'histoire du champ (Ansoff, 1979; Bower, 1982; Rumelt et collab., 1994).

Au niveau éthique, les membres du champ débattent des règles d'éthique qui doivent guider la recherche.

Enfin, c'est précisément au niveau du domaine épistémologique que se situent les débats relatifs aux fondements de la constitution des connaissances en stratégie.

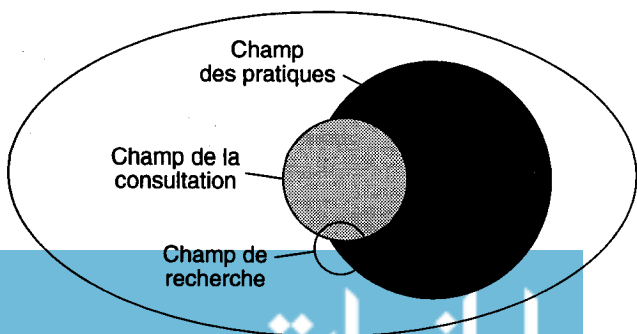
L'inscription du champ de recherche dans une variété de champs

L'insertion dans le champ de la stratégie

L'épistémologie du savoir en stratégie ne peut se réduire au seul territoire du champ de recherche puisque les chercheurs ne sont pas les seuls à construire des connaissances relatives à la stratégie. Comme l'illustre la figure suivante, le champ de recherche n'est, en effet, qu'un sous-ensemble du champ de la stratégie.

FIGURE 5

L'insertion dans le champ de la stratégie



Le champ de la stratégie est donc le lieu de rencontre de trois champs différents. Les trois champs se distinguent non pas par le fait de construire des connaissances en stratégie, mais bien par des pratiques et des règles différentes (Audet, 1986). En effet, que l'on soit gestionnaire, consultant ou bien chercheur, il est clair que l'on construit tous des connaissances. N'est-ce pas, d'ailleurs, une caractéristique de l'humain que d'être réflexif? Une fois cela admis, il nous faut donc chercher ailleurs la différence entre les gestionnaires, les consultants et les chercheurs. Deux avenues s'offrent à nous, à savoir des pratiques différentes et des règles sociales différentes. Par ailleurs, la topographie du champ de la stratégie nous conduit à examiner la nature des rapports entre les membres des trois champs. Il faut se questionner sur les relations de collaboration, de concurrence, voire de domination entre les gestionnaires, les consultants et les chercheurs. Ce nécessaire questionnement, nécessaire puisque de lui dépend très largement la légitimité même des recherches en stratégie, se matérialise généralement par un débat sur l'utilité des connaissances produites dans le champ de recherche.

Certains auteurs considèrent les praticiens (gestionnaires et consultants) comme subordonnés aux chercheurs, dont ils utiliseraient les connaissances. Mais, dans la perspective où l'on admet que tous les humains sont des êtres réflexifs, praticiens et chercheurs méritent tous d'être représentés comme des producteurs de connaissances. La distinction entre praticiens et chercheurs ne se trouve donc pas dans le fait de produire ou non des connaissances, mais bien dans le fait de réaliser ou non des actions administratives de nature stratégique.

Si, sur la base de leur objet d'étude commun, la stratégie, praticien et chercheur sont membres d'un même champ, celui de la stratégie, sur la base de leurs pratiques vis-à-vis de leur objet ils se retrouvent dans des champs forts différents: les praticiens contribuent à la structuration des champs des pratiques et de la consultation, alors que les chercheurs sont engagés dans la construction du champ de recherche en stratégie. Bien sûr, certains peuvent contribuer à plus d'un champ à la fois et, donc, se situer à leur intersection. C'est notamment le cas de plusieurs consultants et de nombreux chercheurs qui œuvrent dans le domaine de l'analyse industrielle. C'est également la situation des praticiens qui puisent dans le corpus du champ de recherche et y contribuent. Lorsque les chercheurs tentent, à l'inverse, de faire pénétrer les connaissances des praticiens dans leur champ, ils se trouvent, eux aussi, à l'intersection des deux champs.

Le champ des pratiques de la gestion et celui de la consultation se caractérisent donc par l'engagement de leurs membres dans la pratique concrète de la gestion ou de la consultation en stratégie d'entreprise. La participation aux actions administratives de nature stratégique est, d'ailleurs, la condition d'appartenance au champ des pratiques. Dans ce champ, la réalité de la gestion stratégique est

d'abord un objet d'intervention; cette réalité n'est posée comme objet d'étude que pour mieux y intervenir. Les praticiens construisent donc des connaissances pour en faire usage lors de leur gestion stratégique et pour résoudre des problèmes concrets de gestion stratégique. Par là, ils interviennent dans la réalité de la gestion stratégique et contribuent à sa transformation. L'intervention sur l'objet et sa transformation sont, d'ailleurs, la finalité dans laquelle s'inscrit la construction de connaissances; les praticiens recherchent pour elle-même l'intervention sur l'objet qui fait problème. La connaissance de l'objet est ainsi, en quelque sorte, subordonnée au projet d'intervention dans la réalité de la gestion stratégique. C'est parce qu'ils ont des actions à accomplir et des problèmes très concrets à résoudre que les praticiens et les consultants se donnent des connaissances qu'ils construisent et utilisent au fil de leurs actions.

Par contre, dans le champ de recherche, l'intervention dans la gestion stratégique n'est pas une condition d'appartenance au champ; ce n'est pas la pratique de la gestion stratégique qui qualifie un chercheur comme membre de ce champ particulier, mais bien sa pratique de recherche. Pour le membre de ce champ, la réalité de la gestion stratégique est avant tout un objet de recherche. Le champ de recherche s'organise alors autour d'un projet axé sur la recherche scientifique de la réalité de la gestion stratégique. Il est le lieu de rencontre, comme nous l'avons vu, de tous ceux et celles qui, à partir de ce projet, font de la réalité de la gestion stratégique un objet de recherche. Pour les chercheurs, la transformation de cette réalité n'est qu'une condition qui permet sa prise de connaissance. Contrairement aux praticiens ou aux consultants, leur projet est de construire des connaissances que d'autres membres du champ reconnaîtront comme scientifiques. Ce projet a des effets sur la position qu'ils adoptent vis-à-vis de la gestion stratégique; les chercheurs tentent de réduire au minimum les transformations qui découlent de leurs interventions de manière à saisir la réalité de la gestion stratégique telle qu'elle serait sans ces nécessaires interventions.

L'insertion dans les sciences sociales

Constitutif du champ de la stratégie, le champ de recherche l'est également du champ des sciences sociales (voir figure 6).

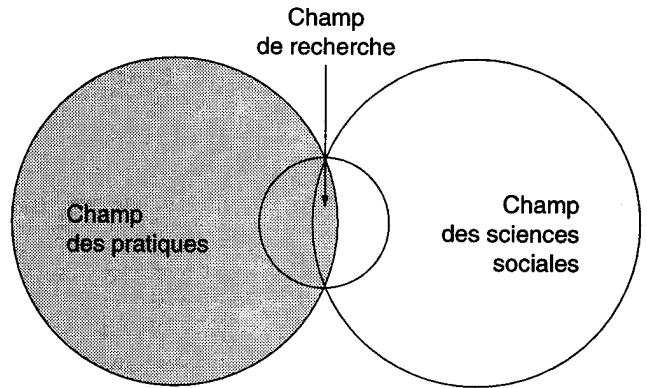
La double appartenance des membres du champ de recherche, au champ de la stratégie et à celui des sciences sociales, se traduit par une tension que vivent tous les chercheurs. Par leur inscription dans l'univers concret de la gestion stratégique, les chercheurs sont conviés à participer à la résolution des problèmes concrets que pose la réalité de cette gestion; ils sont invités à participer à la transformation de cette réalité qui fait problème.

Leur insertion dans le champ des sciences sociales commande une tout autre attitude épistémologique. La réalité de la gestion stratégique est d'abord un objet d'étude

qui doit être examiné avec un souci d'objectivité. Comprendre cette réalité plutôt que de chercher à la transformer est alors à l'ordre du jour. D'une certaine façon, tous les membres du champ sont donc coincés entre deux projets. Parmi les voies de dépassement de cette tension, il y a la théorisation de l'intervention, du changement.

FIGURE 6

L'insertion dans les sciences sociales



L'insertion dans le champ global des sciences

Participant à une quête visant la connaissance scientifique de la réalité de la gestion stratégique, le champ de recherche est donc aussi constitutif du champ scientifique global. L'insertion du champ de recherche dans le champ scientifique global pose toute la question du naturalisme dans la recherche en stratégie (voir figure 7).

Existe-t-il une méthode scientifique universelle, au nom de laquelle on pourrait justement qualifier de scientifiques autant les connaissances en sciences de la nature que celles en sciences sociales et, par conséquent, en stratégie? Existe-il des degrés de scientificité? La physique et la médecine sont-elles des exemples à suivre?

FIGURE 7

L'insertion dans le champ global des sciences

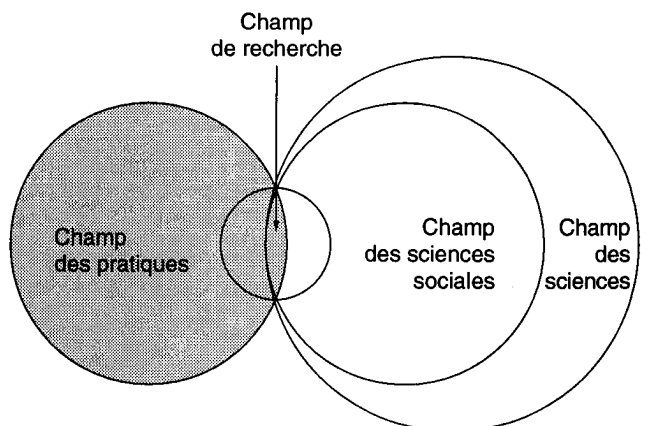
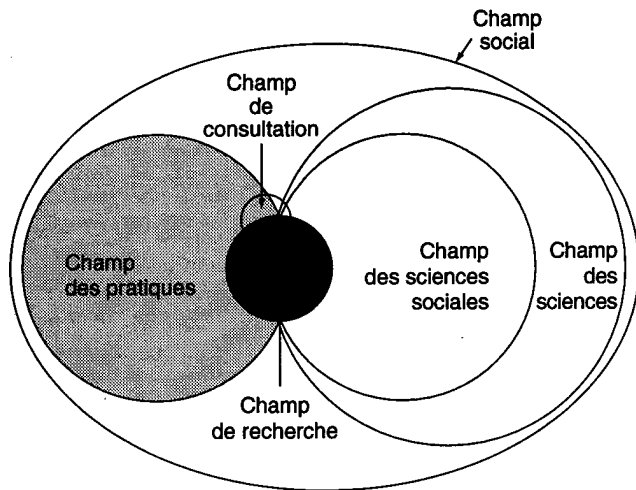


FIGURE 8

L'insertion dans le champ social global



L'insertion dans le champ social global

Le champ de recherche en stratégie est aussi partie prenante du champ social global. C'est dire que la recherche a un ancrage dans une société et que cet ancrage n'est pas sans incidence sur la constitution des connaissances construites en stratégie. Évoquer, comme je l'ai fait plus haut, la dimension nationale du jeu compétitif qu'est la recherche témoigne bien de cet ancrage (voir figure 8).

Mais de manière générale, à ce dernier niveau, les questions épistémologiques que l'on peut se poser sur la constitution des connaissances en stratégie sont toutes relatives aux relations entre la société et les savoirs et pratiques de recherche.

C'est ici, à ce niveau, que se posent autant les questions de légitimité du champ de recherche dans sa société que celles relatives à la constitution même du savoir que l'on y trouve. La pratique de la recherche étant forcément une pratique humaine, n'est-elle pas comme toutes les pratiques humaines porteuse de ce qui caractérise sa société? La recherche, si elle structure la société, n'est-elle pas également structurée par elle? En outre, les champs de recherche n'ont-ils pas des comptes à rendre aux sociétés qui les font vivre?

Conclusion

Ce trop bref article soulève donc une très grande variété de questions et n'offre que très peu de réponses. C'était bien là le but recherché. L'épistémologie de la recherche en stratégie étant en pleine émergence, il importe bien davantage de baliser le territoire réflexif que d'offrir une variété de théorisations. D'une certaine façon, cet article s'inscrit de plain-pied dans le domaine programmatique de l'épistémologie des sciences de la gestion, ce qui témoigne du fait

qu'un chercheur peut à la fois œuvrer dans un champ et se retrouver dans l'espace des positions relatives d'un autre. Mais cela est déjà l'objet d'un tout autre article.

Bibliographie

ANSOFF, H.I. (1979). *Strategic Management*, New York, John Wiley & Sons, 236 p.

AUDET, M. (1986). «Le procès des connaissances de l'administration», dans M. AUDET et J.-L. MALOUIN (dir.), *La production des connaissances scientifiques de l'administration/The Generation of Scientific Administrative Knowledge*, Québec, Presses de l'Université Laval, 390 p.

BOUDON, R. (1979). *Effets pervers et ordre social*, Paris, Presses Universitaires de France, 286 p.

BOURDIEU, P. (1975). «La spécificité du champ scientifique et les conditions sociales du progrès de la raison», *Sociologie et Sociétés*, vol. 7, n° 1, p. 91-118.

BOWER, J. (1982). "Business Policy in the 1980s", *Academy of Management Review*, vol. 7, no. 4, p. 630-638.

DÉRY, R. (1995). *La structuration socio-historique du champ de la stratégie*, Conférence de l'Association internationale de management stratégique, Paris, mai.

FRANKE, R.H.; EDLUND, T.W.; OSTER, F.III (1990). "The Development of Strategic Management: Journal Quality and Article Impact", *Strategic Management Journal*, vol. 11, no. 3, p. 243-253.

JOHNSON, J.L.; PODSAKOFF, P.M. (1994). "Journal Influence in the Field of Management: An Analysis Using Salancik's Index in a Dependant Network", *Academy of Management Journal*, vol. 37, no. 5, p. 1392-1407.

KUHN, T. (1977). *La structure des révolutions scientifiques*, Paris, Gallimard.

LYLES, M. A. (1990). "A Research Agenda for Strategic Management in the 1990s", *Journal of Management Studies*, vol. 27, no. 4, p. 363-375.

MACMILLAN, I.C.; STERN, I. (1987). "Delineating a Forum for Business Policy Scholars", *Strategic Management Journal*, vol. 8, no. 2, p. 183-186.

MACMILLAN, I.C. (1989). "Delineating a Forum for Business Policy Scholars", *Strategic Management Journal*, vol. 10, no. 4, p. 391-395.

MACMILLAN, I.C. (1991). "The Emerging Forum for Business Policy Scholars", *Strategic Management Journal*, vol. 12, no. 2, p. 161-165.

MAHONEY, J.T. (1994). "Strategic Management and Determinism: Sustaining the Conversation", *Journal of Management Studies*, vol. 30, no. 1, p. 173-191.

MARTINET, A.C. (1990). «Épistémologie de la stratégie», dans MARTINET, A.C. (éd.), *Epistémologies et sciences de gestion*, Paris, Economica, p. 211-236.

MINTZBERG, H. (1990). "Strategy formation: Schools of thought", dans J. FREDERICKSON (ed.), *Perspectives on Strategic Management*, New York, Harper Business, p. 105-235.

PRAHALAD, C.K.; HAMEL, G. (1994). "Strategy as a Field of Study: Why Search for A New Paradigm?", *Strategic Management Journal*, vol. 15, (été), p. 5-16.

RUMELT, R. P.; SCHENDEL, D. E.; TEECE, D. J. (1994). *Fundamental Issues in Strategy: A Research Agenda*, Boston, Harvard Business School Press, 636 p.

SCHENDEL, D.; COOL, K. (1988). "Development of the Strategic Management Field: Some Accomplishments and Challenges", dans J. GRANT (ed.), *Strategic Management Frontiers*, Greenwich, Conn., JAI Press, p. 17-32.

SCHWENK, C. R.; DALTON, D. R. (1991). "The Strategic Shape of Strategic Management Research", dans *Advances in Strategic Management*, vol. 7, p. 277-300.

SHRIVASTAVA, P. (1987). "Rigor and practical usefulness of research in strategic management", *Strategic Management Journal*, vol. 8, no. 1, p. 77-92.

TEECE, D. J. (1990). "Contributions and Impediment of Economic Analysis to the Study of Strategic Management", dans J. W. FREDERICKSON (ed.), *Perspectives on Strategic Management*, Harper Business, p. 39-80.

VENKATARAMAN, N.; GRANT, J. H. (1986). "Construct Measurement in Organizational Strategy Research: a Critique and Proposal", *Academy of Management Review*, vol. 11, p. 71-87.

WHITLEY, R. (1984). *The Intellectual and Social Organization of the Sciences*, Oxford, Clarendon Press.