

La boîte à outils de la créativité

Stéphane Bortzmeyer

<stephane+blog@bortzmeyer.org>

Première rédaction de cet article le 27 juin 2015

<https://www.bortzmeyer.org/boite-creativite.html>

Auteur(s) : Edward de Bono

ISBN n°978-2-212-55658-2

Éditeur : Eyrolles

Publié en 2004

C'est l'année dernière à Paris-Web <<https://www.paris-web.fr/2014/>> que j'avais reçu ce livre. Après chaque conférence, l'orateur choisissait une personne du public qui avait posé une question particulièrement pertinente, et c'était moi (je suis désolé, j'ai oublié la question que j'avais posé). Mais je ne suis pas sûr que le choix des livres ait toujours été pertinent...

Ceci dit, sans Paris-Web, je n'aurais jamais pensé à lire ce livre. C'est un de ces ouvrages de consultant, écrit par un gourou qui passe son temps à expliquer à des gens comment être plus... efficace, productif, créatif, même. Je suis toujours surpris qu'on se moque des peuples premiers qui ont des sorciers pour faire venir la pluie ou faire en sorte que la chasse soit favorable, mais que des entreprises par ailleurs souvent sérieuses dépensent des sommes importantes pour payer ces gourous dont la seule compétence est le talent à faire croire qu'ils servent à quelque chose. À chaque fois, ils me font penser au sorcier Shadok à qui un sceptique reprochait de ne pas faire de miracles et qui répondait « 25 ans que je fais se lever le soleil tous les matins : pas un échec ». De nos jours, dans les pays riches du monde, on ne croit plus aux sorciers ou aux prêtres mais on n'est pas devenu plus intelligent pour autant : on croit aux gourous.

Pourtant, celui-ci fait des efforts pour qu'on évite de le prendre au sérieux. Il utilise plein d'exemples enfantins et j'ai du mal à croire qu'une assemblée de cadres supérieurs et de dirigeants, dans un grand hôtel international, ait pu suivre sans rire ses exercices de pseudo-psychologie avec les chapeaux jaunes et les chapeaux noirs...

Ce gourou est tellement convaincu de son importance qu'il n'a pas peur de lasser la patience de ses lecteurs avec ses diatribes contre les méchants plagiaires qui lui piquent ses remarquables idées (il y a vraiment des gourous secondaires, qui utilisent les chapeaux jaunes et les chapeaux noirs sans payer de droits d'auteurs?) Pas une seconde, il ne se demande si celui qui a acheté (ou, dans mon cas, reçu) son livre n'a pas autre chose à faire que de lire ses plaintes.

Et, puisqu'on parle de fric et de droits, il est également significatif que de Bono parle pendant 450 pages de méthodes pour augmenter la « créativité » sans jamais s'interroger sur le but, sur le pourquoi. On rassemble des gens devant le gourou, il les fait travailler avec des exercices de l'école maternelle, mais jamais il ne les laisse ébrécher le tabou : on peut discuter des moyens pour atteindre le but (vendre plus de voitures, ou plus de hamburgers) mais jamais du but lui-même...

Preuve de son efficacité de vendeur, la page du Wikipédia francophone qui lui est consacrée est un article publicitaire « Ses techniques sont relativement simples d'usage et d'une bonne efficacité pratique » (le Wikipédia anglophone est plus prudent). Bref, une brochure commerciale pour ses activités de consultant, mais certainement pas un livre.