

# **Narration**

## **Image de soi et émancipation**

**Pierre Arnoldy**

**CDGAI**  
Centre de Dynamique des Groupes et d'Analyse Institutionnelle asbl

Publication pédagogique d'éducation permanente



## Narration. Image de soi et émancipation

Auteur  
**Pierre Arnoldy - CDGAI**

Concept et coordination  
**Marie-Anne Muyshondt - CDGAI**

**Collection Culture en mouvement - 2011**

Éditrice responsable : Chantal Faidherbe  
Présidente du C.D.G.A.I.  
Parc Scientifique du Sart Tilman  
Rue Bois Saint-Jean, 9  
B 4102 - Seraing - Belgique

Graphisme : Le Graphoscope  
legraphoscope@gmail.com

CULTURE EN MOUVEMENT

**Des réactions à nous communiquer,  
des expériences à partager,  
des questions à poser à l'auteur,  
des collaborations à envisager ?**

**Centre de Dynamique des Groupes  
et d'Analyse Institutionnelle asbl**

Parc Scientifique du Sart Tilman  
Rue Bois Saint-Jean, 9  
B.4102 - Seraing  
Belgique

**Marie-Anne MUYSHONDT**  
Coordinatrice Education permanente  
**[marie.anne@cdgai.be](mailto:marie.anne@cdgai.be)**  
**[www.cdgai.be](http://www.cdgai.be)**

Horaire : 9h à 13h et de 14h à 17h

## Les publications d'éducation permanente du CDGAI

La finalité de ces publications est de contribuer à construire des échanges de regards et de savoirs de tout type qui nous permettront, collectivement, d'élaborer une société plus humaine, plus «reliante» que celle qui domine actuellement. Fondée sur un système économique capitaliste qui encourage la concurrence de tous avec tous et sur une morale de la responsabilité, notre société fragilise les humains, fragmente leur psychisme et mutile de nombreuses dimensions d'eux-mêmes, les rendant plus vulnérables à toutes les formes de domination et d'oppression sociétales, institutionnelles, organisationnelles, groupales et interpersonnelles.

### La collection Culture en mouvement

La collection «Culture en mouvement» a été développée au départ d'un cheminement apparenté à la recherche-action. Les livrets de la collection abordent les questions de la création culturelle, du récit de vie, de la narration, des ateliers d'écriture, des fonctionnements collectifs, de la reconnaissance de l'Autre versus mépris, de l'identité en création, de la transmission, des partenariats, de la dimension politique de la musique, des luttes sociales, du sentiment d'appartenance, des étiquettes et des stéréotypes...

*Deux expériences collectives sont la source d'inspiration et de réflexion des publications 2011 de la collection «Culture en mouvement» : les projets «Bobine-Bibliothèque de Droixhe» et «Albalianza». Nous tenons à remercier chaque partenaire, interlocuteur, intervenant de ces deux projets de l'accueil qu'ils nous ont réservé, de la franchise de nos échanges, des cheminements et prises de conscience qu'ils nous ont ouverts et qui ont permis de mûrir les publications que nous vous proposons dans cette collection.*



# SOMMAIRE

<b>Introduction</b>	9
<b>Les trajectoires de l'intime</b>	11
<b>Qui a peur du storytelling ?</b>	17
<b>Influence, manipulation et propagande</b>	25
<b>Bibliographie</b>	32
<b>Annexe 1</b> Bobine-Bibliothèque	33
<b>Annexe 2</b> Albalianza	35

CULTURE EN MOUVEMENT





# INTRODUCTION

## La narration est une auberge espagnole

Récit, histoire, métaphore, roman, série, fiction, stories... autant de formes sous lesquelles se décline aujourd'hui la narration. Omniprésente, omnipotente, la narration est indispensable pour réfléchir et expérimenter notre rapport au monde. Indissociablement liée au temps qui autorise son déploiement, elle donne du sens à notre vie en l'inscrivant dans l'histoire. Du témoignage intime au récit mythique en passant par les grandes fictions collectives, ces narrations s'entremêlent et constituent la trame de nos vies.

Des vies sous influence... A l'heure où les tenants d'un néolibéralisme triomphant s'ingénient à vouloir sonner le glas des grands récits fondateurs, l'histoire de l'homme semble désormais écrite...

Le sujet hypermoderne, condamné à la tyrannie de la communication, victime de la culture de masse, fasciné par les séries télévisuelles, est-il appelé à disparaître ?

C'est compter sans la puissance de cette identité narrative qui, en revisitant l'histoire officielle, en faisant acte de mémoire, nous apprend à réenchanter le monde et à libérer les énergies du changement qui sommeillent en nous.

Il est indéniable que sans les perspectives dévoilées par le partage de ces récits, nous ne pourrions pas libérer l'énergie nécessaire pour agir collectivement dans le monde...



Parler de la narration tient cependant de la gageure, tant le domaine est vaste et complexe et en appelle à des disciplines aussi diverses que la sémiotique, la sociologie clinique, la science des médias, la philosophie et bien entendu la science politique.

Devant l'importance de la tâche, ce petit guide n'a d'autre ambition que d'inviter à une réflexion critique sur certaines des questions qui, aujourd'hui, font débat dans la société lorsqu'on évoque le pouvoir de la narration et les aléas du récit...



# Les trajectoires de l'intime

*«L'identité nous vient des histoires, récits, fictions diverses qui nous sont inculqués au cours de notre prime jeunesse. On y croit, on y tient, on s'y cramponne – alors que, bien sûr, adopté tout bébé à l'autre bout du monde, ayant appris qu'on était australien et non canadien, protestant et non juif, de droite et non de gauche, etc., on serait devenu quelqu'un de différent.»<sup>1</sup>*

S'interrogeant sur les spécificités de l'humain, Nancy Huston, dans son essai «L'Espèce fabulatrice», cherche à identifier ce qui, dans notre rapport au monde, nous distingue de nos «petits cousins» chimpanzés et bonobos... Un «pourquoi» surgi du fond des âges comme La question existentielle par excellence semble fournir un indice : en effet, il nous confronte inexorablement au mystère de notre origine et au tragique de notre disparition prochaine.

C'est avec la temporalité que surgit l'intuition de ce qu'est une vie entière, à savoir une trajectoire dotée de sens (signification et direction), une forme qui se déploie avec un début, des péripéties et une fin, autrement dit, un récit : «'Au commencement, le Verbe' veut dire cela : c'est le verbe (l'action dotée de sens) qui marque le commencement de notre espèce.»<sup>2</sup>

Reprenant la question sous l'angle identitaire, Paul Ricœur cherche à identifier ce qui permet à un être agissant de prétendre à la permanence du nom propre alors que la vie n'est qu'impermanence et mouvement.

1 HUSTON, N., *L'Espèce fabulatrice*, Arles, Actes Sud, 2008, p. 31

2 *Ibid.*, p.15

Pour lui, la réponse ne peut être que narrative : «L'identité du qui n'est donc elle-même qu'une identité narrative. Sans le secours de la narration, le problème de l'identité personnelle est en effet voué à une antinomie sans solution : ou bien l'on pose un sujet identique à lui-même dans la diversité de ses états, ou bien l'on tient, à la suite de Hume et de Nietzsche, que ce sujet identique n'est qu'une illusion substantialiste, dont l'élimination ne laisse apparaître qu'un pur divers de cognitions, d'émotions, de volitions.»<sup>3</sup> Autrement dit, seul le recours à l'identité narrative permet à un individu d'échapper au dilemme des catégories du Même et du Différent et d'intégrer le changement.

Dans cette manière de réfléchir à propos de lui-même, «le sujet apparaît alors constitué à la fois comme lecteur et scripteur de sa propre vie, selon le vœu de Proust<sup>4</sup>. Comme l'analyse littéraire de l'autobiographie le vérifie, l'histoire d'une vie ne cesse d'être refigurée par toutes les histoires véridiques ou fictives qu'un sujet raconte sur lui-même. Cette reconfiguration fait de la vie elle-même un tissu d'histoires racontées.»<sup>5</sup> Le «soi-même», ainsi envisagé par Paul Ricoeur, est très loin du moi égoïste et narcissique décrit par les écoles du soupçon, dans la mesure où il est sans cesse traversé, vivifié, transmuté par les récits tant historiques que fictifs véhiculés par la culture... Par ailleurs, ce qui explique aussi la fécondité du concept, c'est qu'il s'applique aussi bien à la communauté qu'à l'individu.

Evoquant le processus global de la cure, Paul Ricoeur montre encore «comment l'histoire d'une vie se constitue par une suite de rectifications appliquées à des récits préalables, de la même façon que l'histoire d'un peuple, d'une collectivité, d'une institution procède de la suite des corrections que chaque nouvel historien apporte aux descriptions et aux explications de ses prédécesseurs, et, de proche en proche, aux légendes qui ont précédé ce travail proprement historiographique.»<sup>6</sup>

3 Ricoeur, P., *Temps et Récit 3*, Paris, Editions du Seuil, 1991, pp. 442, 443

4 Proust, M., *A la recherche du temps perdu*, t.III, Paris, Gallimard, bibliothèque de la Pléiade», 1954, p.1033.

5 Ricoeur, P., *op. cit.*, pp.443, 444

6 *Ibid.*, p.445

Dès lors, rien d'étonnant si la narration autobiographique se révèle autant affaire de psychothérapeutes, de psychanalystes, de formateurs et d'animateurs socioculturels que de sociologues, d'historiens, d'anthropologues et de psychosociologues...

## Récit de vie

«Récit de vie : Expression générique où une personne raconte sa vie ou un fragment de sa vie à un ou plusieurs interlocuteurs<sup>7</sup>»

«Première définition : l'histoire de vie est "recherche et construction de sens à partir de faits temporels personnels" (Pineau/Le Grand 1993) c'est-à-dire relatifs à une personne, que cette construction, ce récit, soit effectué par la personne elle-même ou par une ou plusieurs autres personnes.<sup>8</sup>»

Depuis plus de quinze ans, on assiste à une diffusion accélérée de la forme «récit de vie» tant dans les pratiques professionnelles (sociologie clinique, psychothérapie, écrivains publics, animation socioculturelle...) que dans des pratiques plus «profanes» (récits autobiographiques, culture médiatique du témoignage personnel,...).

Quelle signification accorder, dès lors, à ce phénomène de diffusion ? On ne peut envisager la question sans obligatoirement rendre compte des deux dimensions du phénomène, à la fois individuel et collectif. Dimension individuelle qui renvoie incontestablement aux aléas de la culture dominante de l'individualisme. Crises des identités, autoréalisation imposée, culture du narcissisme, luttes des places, les témoignages critiques ne manquent pas pour dénoncer le fonctionnement d'une société néolibérale qui voudrait que chacun se prenne en charge, se gère et se responsabilise. Il y a en effet de cela dans le récit de vie dans la mesure où il interpelle l'individu comme sujet de son histoire.

7 Le Grand, J.-L., «Glossaire commenté», G. Pineau et G. Jobert, Les Histoires de vie, T. II, L'Harmattan, 1989

8 Le Grand, J.-L., Définir les histoires de vies. Sus et insus «définotionnels», 2000, p.1

Mais il n'y a pas que cela étant donné que le récit de vie permet d'opérer un décentrement de soi nécessaire et salutaire, vers les autres, vers la famille et la société : «Aussi n'est-il pas sot de penser que le récit de vie véhicule une sorte de correctif holiste, dans le cadre d'une société hypermoderne où les individus se trouvent de plus en plus laissés à eux-mêmes, sans point de repère, flottants et vides, en déshérence.»<sup>9</sup>

9 Legrand, M., «Raconter son histoire» dans *Les récits de vie, Sciences humaines* n° 102, février 2000

## L'histoire de vie :

### héritage familial et trajectoire sociale

Le terme de «roman familial», forgé par Freud pour évoquer le fantasme des enfants abandonnés ou malheureux qui s'inventent une parenté illustre, met l'accent sur la dimension d'un récit qui permet à chacun de supporter le poids de l'existence en se soustrayant au hasard et à l'absurde ainsi qu'au caractère inéluctable de notre destinée... Il désigne également ces récits que l'on se transmet de génération en génération. Mais entre histoire objective et subjective, «il y a un écart, ou plutôt un espace, qui permet de réfléchir sur la dynamique des processus de transmission, sur les ajustements entre l'identité prescrite, l'identité souhaitée et l'identité acquise, sur les scénarios familiaux qui indiquent aux enfants ce qui est souhaitable, ce qui est possible et ce qui est menaçant. C'est dire que le roman familial doit être contextualisé dans un repère sociologique des positions sociales, économiques, culturelles, que ce soit dans la généalogie ou dans l'histoire personnelle du sujet.<sup>10</sup>»

Evoquant l'exigence de mobilité qui frappe le marché du travail et qui oblige un nombre de plus en plus important de travailleurs à s'adapter à des univers sociaux différents en tentant de faire face aux difficultés que ces changements impliquent, on parle de «névrose de classe» pour mettre en évidence les conflits auxquels ces travailleurs sont exposés : «Les processus de dominations qui étaient principalement structurés autour des rapports de classe, dans la société industrielle, s'aggravent parce qu'ils se trouvent renforcés par le développement de la lutte des places.

10 de Gaulejac, V., *L'histoire en héritage. Roman familial et trajectoire sociale*, Paris, Desclée De Brouwer, 1999, p.12

Dans les sociétés hypermodernes, les classes sociales semblent moins visibles parce que moins définitivement installées. Cela ne supprime pas pour autant les processus de domination entre groupes sociaux et les mécanismes de reproduction. Bien au contraire, la précarité professionnelle et la vulnérabilité sociale accentuent les processus d'invalidation des plus démunis et l'intériorisation de sentiments d'infériorité pour ceux qui ne correspondent pas à l'image de réussite que la société propose comme idéal. On voit se développer des maladies de l'excellence et des maladies de l'exclusion. D'un côté le stress et de l'autre la honte. Dans les deux cas l'interpénétration entre les phénomènes sociaux et leurs répercussions psychiques est évidente. Plus les sociétés se développent et plus les tensions psychiques sont fortes. D'où la nécessité de constructions théoriques permettant de comprendre les rapports récursifs entre les conflits psychiques et les contradictions sociales.»<sup>11</sup>

Au-delà de toute tentative de «psychologisation du social», il s'agira donc pour le narrateur, la narratrice, de montrer comment les rapports sociaux, tels qu'ils sont saisis dans le corps même de la narration, exercent une influence sur leur vie, sur leur manière d'être, de penser et d'agir.

Cette prise de conscience de l'histoire agissante en soi constitue donc aussi un puissant moyen d'évocation des autres en soi : c'est ce qui nous permet de reconnaître le lien fondamental qui nous unit à eux mais aussi de le reconfigurer ou de le défaire quand il nous fait souffrir ou nous aliène. Autrement dit, le récit de vie peut être considéré comme une plongée dans l'histoire individuelle pour se déprendre de cette histoire et accéder au collectif : «que puis-je faire avec les autres pour me désaliéner ?»<sup>12</sup>

11 de Gaulejac, V., *La névrose de classe*, Paris, Hommes & groupes éditeurs, 1987, p.4.

12 Enriquez, E. – Intervention d'ouverture de la journée de réflexion et de débats organisée par Education Permanente et la Revue internationale de psychosociologie : «Les récits de vie, pour quoi faire ?» Paris, Ecole supérieure de commerce de Paris, 31 janvier 2001 (cité par Roselyne Orofiamma)



# Qui a peur du storytelling ?

En 2007, paraissait un essai qui allait faire date dans l'histoire de la narration : Christian Salmon, écrivain et chercheur au CNRS, tirait la sonnette d'alarme en cherchant à nous mettre en garde vis-à-vis d'un certain nombre de pratiques reprises sous l'appellation du «storytelling»<sup>13</sup>.

Cette technique, apparue aux Etats-Unis au milieu des années 1990, cet «art de raconter des histoires», après avoir envahi le monde du management comme celui de la communication politique aux Etats-Unis, semblaient promis à une nouvelle heure de gloire lorsqu'il franchit l'Atlantique pour gagner la France au début des années 2000 et triompher lors de la campagne présidentielle «marketing» de Nicolas Sarkozy en 2007...

On peut dès lors très légitimement se poser la question de savoir comment s'est perverti l'usage du récit, aussi vieux que l'humanité elle-même, au profit du mensonge d'Etat et du contrôle des opinions au sein des entreprises ?

## Du logo à la story en passant par la marque (branding)

La notoriété d'une marque tenait, au départ, au prestige accordé au produit. Puis, à la fin des années 1940, les publicitaires ont compris qu'une marque, c'était bien plus qu'une image ou un slogan imprimé : l'entreprise dans son ensemble devait désormais développer une identité de marque en privilégiant l'image par rapport au produit. Les choses ne changèrent guère jusqu'au début des années 2000 qui marquent l'avènement de la crise des marques : le comportement des consommateurs devient imprévisible, insaisissable.

<sup>13</sup> SALMON, C., *Storytelling. La machine à fabriquer les histoires et à formater les esprits*, Paris, La Découverte, 2007.



La naissance des nouveaux médias, les possibilités immenses de diffusion par Internet vont peu à peu sonner le glas de la publicité. Dès lors, les grands groupes américains vont s'engager dans un projet d'envergure : opérer la reconstruction narrative de leur marque. Il s'agira désormais de créer par un récit identitaire fort et cohérent, une relation émotionnelle singulière entre la marque et ses acheteurs. Cette démarche identitaire qui condense en un récit unique tous les éléments de l'entreprise s'adressera aux consommateurs mais aussi à l'ensemble des collaborateurs de l'entreprise : employés, actionnaires, fournisseurs, investisseurs. Les marques auraient-elles été ensevelies sous ce déluge narratif ? Que nenni ! Si «elles ont perdu leur statut d'objets ou d'images «réifiées», désormais, elles nous parlent et nous captivent, elles nous racontent des histoires qui collent avec nos attentes et nos visions du monde. Quand elles sont utilisées sur le Web, elles nous transforment nous-mêmes en storytellers, en colporteurs de récit. Car la fascination qu'inspire une bonne image nous pousse à la répéter.»<sup>14</sup>

En entrant en résonance avec les croyances des consommateurs, elle atteint à la dimension du mythe : après avoir obtenu la confiance du consommateur, après avoir acquis ses lettres de noblesse et sa légitimité, les portes de l'éternité lui sont désormais ouvertes au prix cependant d'un certain «formatage des esprits» : «L'apothéose de l'idéologie du marketing, qui transfère la pensée promotionnelle du niveau de l'entreprise à celui des individus, force les relations les plus intimes à entrer dans le schéma formaté par le monde des affaires.»<sup>15</sup>

14 Salmon, C., *Storytelling. La machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*, La Découverte, Paris, 2007, p.36.

15 Rosenberg, S., "Story time: can narrative save us from information overload?" Salon, 29 septembre 1998, [http://entertainment.salon.com/1998/09/29/straight\\_35/](http://entertainment.salon.com/1998/09/29/straight_35/)

## Le storytelling management

*«Je suis très honoré d'être parmi vous aujourd'hui pour votre remise de diplôme dans l'une des plus belles universités du monde. Je n'ai jamais été diplômé d'aucune université. Pour dire vrai, c'est la première fois que j'assiste à une remise de diplômes. Aujourd'hui, je vais vous raconter trois histoires de ma vie. Pas de grand discours. Juste trois histoires.»<sup>16</sup>*

L'histoire édifiante de Steve Jobs est à la mesure des «success stories» de ces gourous de la nouvelle économie qui souhaitent imposer un «capitalisme des passions» riche en miracles, en batailles épiques et en revirements improbables...

Inquiets de la «spirale du silence» qui emportait, en 2003, les entreprises traversées par la crise, les adeptes du néo management américains ont poussé les employés à sortir de leur mutisme, à se raconter, dans la mesure où ces histoires «contribuent au maintien du système en communiquant les règles et les valeurs, en diffusant les traditions et l'histoire de l'organisation.»<sup>17</sup>

Dans ce contexte, le chef d'entreprise idéal va prendre les traits d'un conteur griot à la verve incomparable. C'en est fini désormais des rapports, des bilans, des tableaux de bord ! Mieux vaut mobiliser les émotions de ses collaborateurs par des histoires dignes de Shakespeare ! ...

16 Jobs, S., "You've got to find what you love", Sanford University, 2005, [http://www.dailymotion.com/video/x5m47b\\_vostfr-steve-jobs-stanford-commenc\\_news](http://www.dailymotion.com/video/x5m47b_vostfr-steve-jobs-stanford-commenc_news)

17 Brown, M., "That reminds me of a story: speech action in organizational socialization", The Western Journal of Speech Communication, vol.49 n°1, hiver 1985, pp.27-42 (cité par Nicole Giroux, "Vers une narration réflexive?" loc. cit.)

Désormais, «l'autorité du directeur» va «céder la place à l'autorité d'un récit dont l'entreprise n'est plus que la mise en œuvre, une partition dont le management règle l'exécution. Une fiction qu'il s'agit de jouer au mieux. Les techniques du management s'apparentent de plus en plus à celles de la mise en scène, les partenaires doivent s'ajuster le mieux possible à leur rôle de façon à rendre le récit crédible aux yeux d'un public de consommateurs et d'investisseurs...»<sup>18</sup>.

## La «mise en histoire» de la politique

Le triomphe du storytelling politique s'inscrit lui aussi dans le courant narratif qui s'affirme durant les années 1990 dans les domaines du marketing et du management. L'initiateur de cette nouvelle gouvernance qui consacre l'importance de la narration n'est autre que Ronald Reagan, «le premier président américain à gouverner largement à coup d'anecdotes»<sup>19</sup>.

Vingt-deux ans plus tard, nous retrouverons le président Bush Jr à la même place faisant l'éloge de «la bonté héroïque, du courage et de l'esprit de sacrifice du peuple américain»<sup>20</sup>. Digne successeur de Reagan et de Clinton, il choisit de s'inscrire dans la conception d'un pouvoir présidentiel qui cesse d'être un pouvoir de décision et d'organisation ; il apparaît comme le metteur en scène et l'acteur principal «d'une séquence politique qui dure le temps d'un mandat, à l'image des séries qui passionnent le monde comme *24 heures chrono* ou *The West Wing*»<sup>21</sup>.

18 Salmon, C., *op.cit.*, p.83.

19 Brooks, P., *Stories abounding, The Chronicle of higher Education*, 23 mars 2001.

20 Cité par Serge Halimi, *Le Grand Bond en arrière. Comment l'ordre libéral s'est imposé au monde*, Fayard, Paris, 2006.

21 Salmon, C., *op.cit.*, p.128.

Conformément au programme mis en œuvre par le président Sarkozy lors de l'élection de 2007, le pouvoir exécutif devient un pouvoir de réalisation – au sens cinématographique du terme – du scénario présidentiel. En assurant le contrôle sur l'information, le pouvoir présidentiel bride l'aspect délibératif de la démocratie en rendant les citoyens, «inondés par le spectacle symbolique de la politique», «incapables de juger ses leaders et le bien-fondé de leurs politiques.»<sup>22</sup>

Pour terminer, laissons à nouveau la parole à Christian Salmon qui nous parle ici des clés de la conquête du pouvoir : «La capacité à structurer une vision politique non pas avec des arguments rationnels, mais en racontant des histoires, est devenue la clé de la conquête du pouvoir et de son exercice dans les sociétés hypermédiatisées, parcourues par des flux continuels de rumeur, de fausses nouvelles, de manipulations. Ce n'est plus la pertinence qui donne à la parole publique son efficacité, mais la plausibilité, la capacité à emporter l'adhésion, à séduire, à tromper... Le succès d'une candidature ne dépend plus de la cohérence d'un programme économique et de la pertinence des solutions proposées, ni même d'une vision lucide des enjeux géostratégiques ou écologiques, mais de la capacité à mobiliser en sa faveur des grands courants d'audience et d'adhésion...»<sup>23</sup>

22 Cité par John Anthony Maltese, *Spin Control*, UNC Press Books, 1994

23 Salmon, C., *op. cit.*, p.137

## Un bel exemple de storytelling à l'américaine...

«Chez les Faulkner, on l'appelle *L'Etreinte*, comme s'il s'agissait de l'œuvre d'un peintre ou d'un sculpteur. C'est la photo de la jeune Ashley avec le président des Etats-Unis ; on y voit Georges W. Bush de face, serrant dans ses bras une adolescente de seize ans. La photo a été prise le 6 mai 2004 par le père, Lynn Faulkner, un consultant en marketing, lors d'un meeting du président à Lebanon dans l'Ohio, au cours de la campagne pour les élections présidentielles. Envoyée par mail à quelques amis de la famille, elle a commencé à circuler sur Internet chez les supporters de Bush. Et, en quelques jours, elle à fait le tour des Etats-Unis. Les gens ont vu tout de suite l'authenticité de cette photo, déclara Lynn Faulkner, et je crois que c'est pour cela qu'elle continue de voyager.»<sup>24</sup>

### *Ashley's story*

Quelques semaines plus tard, un lobby conservateur, *The Progress for America Voter Fund*, propose à Lynn Faulkner de réaliser un spot de campagne sur l'histoire d'Ashley. Il accepte. *L'Etreinte* devient *Ashley's story*, un clip qui sera diffusé 30 000 fois sur les chaînes locales dans les neufs «Etats flottants» - où l'issue de l'affrontement entre républicains et démocrates était incertaine - et qui a, selon des observateurs des deux camps, changé le cours de l'élection présidentielle américaine en novembre 2004<sup>25</sup>. «Karl Rove [le principal conseiller en communication de Georges W. Bush] et son équipe ont volontiers accepté les félicitations pour leur organisation de la campagne du résident Bush, écrivit le magazine *Salon*, mais, s'il fallait remercier quelqu'un pour sa victoire, c'est un républicain moins visible, le citoyen de Lebanon, Ohio, Lynn Faulkner.»<sup>26</sup>

24 Cité par Maggie Downs, «The Hug becomes a TV ad for Bush», *The Enquirer*, 20 octobre 2004.

25 Boehlert, E., «ad that put Bush over the top», *Salon*, 5 novembre 2004.

26 *Ibid.*

«Ma femme, Wendy, a été assassinée le 11 septembre par les terroristes...» C'est sur ces mots que s'ouvre Ashley's Story. L'homme qui s'adresse à la caméra se tient debout, en bras de chemise, devant une bibliothèque familiale. Son nom est écrit au bas de l'écran : Lynn Faulkner, Ohio. La caméra zoome sur une photo de son épouse entourée de ses deux filles âgées d'une dizaine d'années. En voix off, le narrateur poursuit : Depuis la mort de sa mère, Ashley, la fille des Faulkner s'est refermée sur elle-même.» A l'écran, une photo montre Ashley, allongée dans un hamac, en train de lire un roman classique, avec en couverture un portrait de femme de l'époque victorienne. La voix off poursuit : «Mais, lorsque le président George W. Bush est venu à Lebanon, Ashley est allée le voir comme elle l'avait fait, quatre ans plus tôt, avec sa mère.»

La musique passe alors du mineur au majeur et son rythme s'accélère, tandis que défilent des images de Bush serrant des mains dans la foule. Linda Prince, une amie des Faulkner qui accompagnait Ashley le jour du meeting, raconte comment les choses se sont passées : «Le président s'avancait vers moi. Alors je lui ai dit : *Monsieur le président, cette jeune fille a perdu sa mère dans le World Trade Center. Il s'est retourné*, poursuit Ashley Faulkner, filmée quelques semaines plus tard dans le jardin de la maison familiale. Il m'a dit : *Je sais que c'est dur. Est-ce que tu vas bien ?*»

Linda Prince : «Notre président a pris alors Ashley dans ses bras et il l'a serrée sur son cœur. (La caméra montre la photo d'Ashley dans les bras de Bush.) Et c'est à ce moment-là que nous avons vu les yeux d'Ashley se remplir de larmes.»

Ashley Faulkner : «Il est l'homme le plus puissant du monde et il veut s'assurer que je vais bien, que je suis OK.»

Puis Lynn Faulkner, le père de la jeune fille, conclut : «Ce que j'ai vu ce jour-là [on voit à l'écran la une d'un journal : Bush reconforte la fille d'une victime du 11 septembre], c'est ce que je veux voir dans le cœur [photo de Bush à Ground Zero en train de féliciter un pompier] et dans l'âme d'un homme qui occupe les plus hautes fonctions dans notre pays.» Le clip se termine sur un plan de George W. Bush, saisi de profil, le visage incliné vers le bas, dans une attitude de recueillement. La mélodie s'achève sur un accord majeur.»<sup>27 28</sup>

27 Le clip peut être visionné à l'adresse [www.youtube.com/watch?v=LWA052-BI48](http://www.youtube.com/watch?v=LWA052-BI48)  
28 Salmon, C., *op.cit.*, pp.111-113.



# Influence, manipulation et propagande

*«...tant en manière d'idées que de comportements, nous sommes confrontés à des déterminations externes qu'on peut considérer comme licites et acceptables. La persuasion dans le registre des idées, l'exercice du pouvoir social dans celui des actes. Il n'est pas sûr que ces exigences vous enchantent. On se méfie souvent de la persuasion derrière laquelle on suspecte des techniques peu transparentes. On l'associe à des pratiques qu'n peut juger peu ragoutantes : la publicité, le marketing, la propagande...On préfère se faire ses idées «par soi-même». On n'aime pas davantage recevoir des ordres qui attestent tant le maintien de structures de pouvoir qu'on dit volontiers dépassées que notre position d'allégeance ou de soumission dans ces structures. On préfère, comme il se doit, se sentir libre. Faire ce qu'on veut, quand on veut, comme on veut. On verra pourtant que le refus des exigences externes licites est – la vie sociale étant ce qu'elle est – une manière d'entrer dans le domaine des influences illicites, surnoises, et de la manipulation comportementale.»<sup>29</sup>*

29 Beauvois, J-L., *Les influences surnoises. Précis des manipulations ordinaires*, Paris, François Bourin Editeur, 2011, pp.16-18



## les influences sournoises

Il n'est pas toujours aisé de faire la distinction entre la persuasion, la propagande, la manipulation, l'influence, le pouvoir... autant de vocables qui renvoient à l'idée très générale d'influence psychologique ou sociale.

Pour nous aider à y voir plus clair, Jean-Léon Beauvois, dans son dernier ouvrage consacré aux influences sournoises, nous propose quelques définitions bien utiles :

«**Influence psychologique (ou influence sociale)** : on parle d'influence psychologique (on peut aussi bien dire sociale) lorsqu'une personne émet un jugement J (une opinion, une idée) ou adopte un comportement C qu'elle n'aurait pas émis ou adopté sans l'intervention d'autrui (personne ou appareil social) ou change d'opinion ou de comportement à la suite d'une intervention d'autrui (personne ou appareil social)...

**Persuasion** : activité discursive visant à convaincre une cible (donc à produire une influence sociale), la cible ayant accepté d'entendre le discours persuasif et ayant eu d'emblée connaissance tant de l'objet traité que de l'intention persuasive...

**Pouvoir social** : compétence sociale conférée par une organisation ou une institution à un agent social (personne ou collectif), lui permettant d'obtenir d'autres agents sociaux qu'ils obéissent à des prescriptions (obligations [faites ceci] ou interdits [ne faites pas cela]). En parlant ici d'agents sociaux, j'insiste sur le fait que le pouvoir social implique des statuts et des rôles sociaux connus, tant de l'agent qui exerce le pouvoir que de celui qui est soumis à ce pouvoir. C'est le pouvoir d'un syndicat de copropriétaires sur un syndic, d'un conseil d'administration sur un directeur général, d'un contremaître sur un ouvrier ou d'un instituteur sur un élève...

**Manipulation** : il y a manipulation d'une personne A quand ses idées ou opinions, ou encore quand ses comportements sont affectés par des agissements délibérés et/ou orientés d'une personne ou d'un appareil social B, la personne A n'ayant aucune clairvoyance du rôle causal (ou déterministe) de ces agissements de B sur ses idées, opinions et comportements actuels, au point qu'elle puisse ressentir un grand sentiment d'autodétermination et de liberté en les émettant ou en les réalisant...

**Propagande glauque** : forme particulière de propagande (dissémination d'idées ou de doctrines) qui se repère lorsque les influences (...) mises en œuvre notamment par les médias, sont orientées et sont de fait mises au service de concepts (comme l'économie de marché), d'une doctrine (...) et/ou d'une idéologie (comme le libéralisme européen). Elle produit essentiellement des connotations émotives positives ou négatives qui s'attachent par exemple à certains concepts sans apporter pour autant à ces concepts un contenu nouveau qui permettrait à ceux qui ont été influencés d'argumenter ou de contre-argumenter. A terme, elle peut même vider les concepts de tout contenu : ils ne sont plus alors que positifs ou négatifs. La propagande glauque se déploie surtout en l'absence de débats sur ces concepts.»<sup>30</sup>

Bien que nous reconnaissons volontiers ne pas être aux commandes de notre propre vie étant donné les influences auxquelles notre éducation, notre histoire, nos préférences, nos opinions ne cessent de nous exposer, nous prenons peu la mesure des facteurs, notamment externes, qui affectent nos pensées et nos actions. Le langage tient un rôle indéniable dans la transmission de ces déterminations qui échappent à notre vigilance, et ce d'autant plus que nos attachements affectifs nous empêchent de distinguer les jugements de fait des jugements de valeur.

30 Beauvois, J-L., *op.cit.*, pp.16 - 18

## Circonstance aggravante

L'individualisme qui, historiquement, avait pour vocation de faire advenir le Sujet autonome a cédé la place à une idéologie autrement plus aliénante, relayée par les médias qui voient désormais en l'individu un «homme de masse», réceptacle des manipulations les plus diverses.

Il faut bien avouer qu'à l'avènement de cet homme nouveau correspond un virage à droite de l'individualisme qui a accompagné la victoire du libéralisme. Réduit à sa seule dimension économique et donc rationnelle, l'être humain semble devoir renoncer à ses autres dimensions, notamment culturelles et sociales.

Par ailleurs, les démocraties libérales sont devenues le seul idéal de démocratie et de société invitant ainsi le citoyen à abandonner tout sens critique et à reconnaître une fois pour toutes l'excellence de notre système politique. Enfin, depuis le milieu du XX<sup>e</sup> siècle, la télévision s'est imposée comme l'appareil d'influence social le plus puissant : «...qu'on le veuille ou non, contraint qu'il est par les impératifs commerciaux et l'audimat, cet appareil d'influence doit, pour les coller à leur poste, prendre les téléspectateurs dans le sens de la facilité, quand bien même celle-ci relèverait d'un narcissisme vulgaire. Ceci a conduit à ce que nos *individus* s'isolent dans leur réception culturelle (condition idéale d'influence) et adhèrent à une conception du bonheur assimilée à la réussite individuelle dans la consommation et la différenciation fantasmatique d'avec autrui (*comme vous êtes tous différents les uns des autres, nous avons conçu trois formules de crédits...*). Ce narcissisme hédoniste est régulièrement scandé avec des mots d'ordre qui n'ont rien d'individualiste : *Etre soi-même, se sentir plus libre, être différents des autres, se faire son opinion par soi-même, prendre soin de soi, être heureux...*»<sup>31</sup> «Ces idées molles nous éloignent de toute analyse de nos positions d'agent social et nous anesthésient contre tout vécu de la soumission et de l'obéissance...»<sup>32</sup>

31 *Ibid.*, p. 24

32 *Ibid.*, p. 292

Face à ce fléau, à cette apathie collective qui nous empêche de nommer ce que nous cherchons vainement à circonscrire et qui nous condamne donc à l'inaction, quel est le remède que le docteur Beauvois entend prescrire à l'humanité ?

En fin de compte, il s'agira, nous dit-il, de réinvestir le pouvoir social, un pouvoir abandonné aux mauvais soins d'une oligarchie qui cherche à gaver les masses d'enchantements frelatés et illusoire, de le réinvestir par un redéploiement auto-gestionnaire au service d'une citoyenneté active...

## **L'information au risque de la télévision**

De citoyenneté active, il en est aussi question dans l'ouvrage de Noam Chomsky et Robert W. Mc Chesney, *Propagande, médias et démocratie*. Pour eux en effet, la démocratie repose en grande partie sur l'information : «Une démocratie est une organisation politique autonome dans laquelle l'ensemble des citoyens exerce la souveraineté. Pour bien fonctionner, ce régime doit répondre à trois critères essentiels. Premièrement, il importe que la société ne présente pas de disparités marquées dans la répartition de la richesse et de la propriété, car celles-ci affaiblissent la capacité des citoyens d'agir sur un pied d'égalité. Deuxièmement, il importe que les citoyens ressentent un sentiment d'appartenance à leur communauté et soient conscients que le bien-être de chacun dépend étroitement du bien-être de tous. Ce sentiment donne à la culture politique démocratique une solidité qui lui ferait défaut si chacun ne cherchait à promouvoir que ses intérêts personnels, même quand ils nuisent à l'ensemble de la communauté. Troisièmement, la démocratie requiert l'existence d'un système de communications efficace, aux ramifications étendues, qui informe et mobilise l'ensemble des citoyens et les amène à participer réellement à la vie politique. Le rôle de ce système revêt une importance particulière à mesure que les sociétés croissent et deviennent plus complexes, bien qu'il ait toujours été nécessaire dans toutes les sociétés qui prétendent au gouvernement par le peuple.

Alors que, par définition, les sociétés démocratiques ont l'obligation de respecter les libertés individuelles, celles-ci ne peuvent s'exercer que dans la mesure où les citoyens sont informés, engagés sur le plan politique et qu'ils participent réellement à la chose publique.»<sup>33</sup>

Or, le journalisme est en crise. Si l'on fait abstraction du contexte économique actuel, ce sont les fondements même de la profession qui se sont métamorphosés de manière drastique. Informer aujourd'hui n'implique plus de fournir une description précise, vérifiée et contextualisée d'un fait ou d'un événement mais, sous l'influence de la télévision, de «montrer l'histoire en marche». Désormais l'image semble se suffire à elle-même. Ce qui importe pour le téléspectateur ce n'est plus tant de comprendre que de savourer visuellement le fait d'être aux premières loges : «Ainsi s'est rétablie, petit à petit, l'illusion que voir c'est comprendre. Et que tout événement, aussi abstrait soit-il, doit impérativement présenter une face visible, montable, télévisable... Par ailleurs, une telle conception de l'information conduit à une affligeante fascination pour les images *tournées en direct*, d'événements palpitants, de scènes violentes et de faits divers sanglants. Cette demande encourage l'offre de faux documentaires, de reconstitutions, de manipulations et de *bidonnages*. Conséquences : information et divertissement tendent à se confondre...»<sup>34</sup>

C'est la télévision aussi qui impose ses choix émotionnels en matière d'actualité et contraint la presse écrite à les suivre. Ce faisant, la télévision condamne un certain nombre de faits essentiels au silence et à l'indifférence : «Peu à peu s'établit dans les esprits l'idée que l'importance des événements est proportionnelle à leur richesse en images. Ou, pour le dire autrement, qu'un événement que l'on peut montrer (en direct et en temps réel) est plus fort, plus éminent que celui qui demeure invisible et dont l'importance est abstraite.

Dans le nouvel ordre des médias, les paroles et les textes ne valent pas les images.»

33 Chomsky, N., et Mc Chesney, R. W., *Propagande, médias et démocratie*, Montréal, Les Editions Ecosociété, 2004, pp. 101 et 102.

34 Ramonet, I., *La tyrannie de la communication*, Paris, Gallimard, collection folio actuel, p.272.

Par ailleurs, avec Internet, le temps de l'information s'est raccourci notablement. C'est le triomphe de l'instantanéité, du *live*, qui empêche à la fois la presse écrite de suivre l'événement et de prendre le recul nécessaire pour pouvoir le commenter.

Qu'en est-il désormais de la véracité de l'information ?... Une information est considérée comme vraie, non pas parce qu'elle a été vérifiée et qu'elle obéit à des critères objectifs mais parce qu'elle est reprise par d'autres médias. Il est bien difficile désormais de faire la part des choses entre le vrai et le faux et là encore internet aggrave les choses dans la mesure où toute rumeur, fondée ou non, peut devenir information...

«On nous abreuve d'une rhétorique fabuleuse par quoi un événement réel, un individu ou un phénomène naturel est monté en épingle et hors de proportion, sans nous donner accès aux véritables données, les transformant en ce que les Pères de l'Eglise, réfléchissant sur le pouvoir des fictions romaines sur les esprits qu'ils voulaient séduire eux-mêmes, formulaient simplement : comment une *histoire* peut-elle s'imposer à tous comme évidente ? Pourquoi les *fables* ont-elles un pouvoir ?

Réponse des Pères : ça marche au culte des images, à l'idolâtrie. Arnobe, professeur de rhétorique dans la ville dédiée à la prostitution sacrée, Sicca, l'actuelle Le Kef en Tunisie, décrit le processus d'emprise et de séduction : un phénomène étonnant devient un mythe (une *histoire* comme on dit maintenant), le mythe devient un culte avec des rites (une histoire en suscite d'autres, il y a du suivi, c'est le principe des programmes télé et des *amis* sur Facebook), le culte s'enrichit et finit par donner au phénomène le statut rétrospectif d'un *grand événement*. Arnobe note cela fictio ou processus de *fabrication* (même mot en latin). Je dirais de nos jours : de la com'.»<sup>35</sup>

35 Salazar, P-J., Paroles de leader. Décrypter le discours des puissants, Paris, François Bourin Editeur, 2011, p. 274 et 275.

# Bibliographie



- ◆ Butler, J., *Le pouvoir des mots. Politique du performatif*, Paris, Editions Amsterdam, 2004
- ◆ Chomsky, N. et Mc Chesney, W., *Propagande, médias et démocratie*, Montréal, Les Editions Ecosociété, 2004
- ◆ Citton, Y., *Mythocratie. Storytelling et imaginaire de gauche*, Paris, Editions Amsterdam, 2010
- ◆ Foucault, M., *Surveiller et punir*, Paris, Editions Gallimard, 1975
- ◆ Foucault, M., *Histoire de la sexualité*, Paris, Editions Gallimard, 1976
- ◆ Huston, N., *L'Espèce fabulatrice*, Arles, Actes Sud, 2008
- ◆ Macherey, P., *De L'Utopie !* Le Havre, De l'Incidence Editeur, 2011
- ◆ Manguel, A., *Dans la forêt du miroir*, Arles, Actes Sud, 2003
- ◆ Manière de voir, n° 112, *Le temps des Utopies*. Paris : Le Monde diplomatique, 2010
- ◆ Propp, V., *Morphologie du conte*, Paris, Editions du Seuil, 1970
- ◆ Ricoeur, P., *La métaphore vive*, Paris, Editions du Seuil, 1975
- ◆ Salazar, P.-J., *Paroles de leaders. Décrypter le discours des puissants*, Paris, François Bourin Editeur, 2011
- ◆ Salmon, C., *Storytelling, la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*. Paris, La Découverte, 2008
- ◆ Watzlawick, P. Sous la direction de, *L'invention de la réalité*, Paris, Editions du Seuil, 1988
- ◆ White, M. et Epston D. (2003), *Les moyens narratifs au service de la thérapie*. Bruxelles, Editions Satas, 2003



# ANNEXE 1

## Bobine-Bibliothèque

Créée en 1987, l'asbl La Bobine est un lieu d'échanges, d'action, de réflexion et de formation axé sur le développement harmonieux des familles immigrées. Ancrée à Droixhe depuis 1992, elle a pour mission de favoriser l'émancipation et l'intégration socioprofessionnelle des personnes immigrées. Elle vise aussi à soutenir ces populations fragilisées dans l'éducation de leurs enfants, notamment en luttant préventivement contre le décrochage scolaire. L'asbl mène son travail de développement communautaire dans les quartiers de Droixhe et de Bressoux-bas.

Depuis 1997, l'Esp@ce lecture de Droixhe (Service de la lecture publique de la ville de Liège) constitue un espace de vie et d'échanges pour les habitants du quartier autour du monde de l'écrit, réel ou virtuel. Il vise le développement des pratiques de lecture grâce à des animations, des formations et des événements favorisant à la fois l'accès à la culture pour tous, la participation citoyenne et la démarche partenariale.

Le cheminement en partenariat d'une dizaine d'années entre cette bibliothèque de quartier et ce centre d'alphabétisation a donné lieu à diverses réalisations. Nous en avons retenu l'une d'elles, qui nous a paru apparentée à notre démarche de recherche-action. Il s'agit d'un projet qui peut être regardé à la fois en tant que processus d'écriture de femmes en alphabétisation, et en tant que résultat : un livre collectif intitulé «*Mes souvenirs, mes richesses*» publié en 2010. Ce livre a été écrit par un groupe de 18 femmes immigrées, établies en Belgique dans la banlieue liégeoise (Droixhe et Bressoux-bas). Il raconte les histoires de ces femmes en exil. Au départ de leurs récits de vie, elles sont parties de leurs histoires personnelles pour les «réinventer» et les raconter sous la forme d'une narration collective.



Ces démarches d'écriture et de lecture ouvrent diverses questions et hypothèses qui valent plus largement que pour ce projet et sont partageables avec tous les acteurs socio-culturels, sociaux, éducatifs, psycho-médico-sociaux soucieux d'interroger leurs pratiques.

## Voici quelques pistes de questionnement

La narration de soi a-t-elle un impact dans la construction du rapport à soi, aux autres et au monde ? Agit-elle sur la représentation de soi et de son histoire de vie ? Agit-elle sur l'élaboration de l'identité individuelle et de l'identité collective ? De quelles façons ?

Un atelier d'écriture, au départ de récits de vie, peut-il contribuer à apporter des issues possibles aux souffrances psychosociales vécues par les personnes «en marge» d'une société (souffrances liées aux injustices de l'inégalité sociale, économique et culturelle) ? Cet atelier peut-il régénérer la confiance parce qu'il repose sur de la reconnaissance et de la considération ?

Quel rapport à l'autre et quel rapport au monde l'animateur d'atelier d'écriture doit-il élaborer et poser par ses actes d'animation pour que ce dispositif puisse amener vers ces issues ? Faut-il responsabiliser ou materner ?

Quel dispositif l'animateur d'atelier d'écriture doit-il mettre en place s'il veut construire des occasions d'interactions (un rapport à l'autre) qui installent de la reconnaissance réciproque plutôt que du mépris ?

Quels désirs sont à l'œuvre dans ces actes d'écriture ? Désir de laisser des traces ? De transmettre le vécu de l'exil ? De reconnaissance sociale ? De transmettre son histoire à la nouvelle génération ? De se soutenir, d'être solidaires et de cheminer ensemble vers un avenir rêvé ?

# ANNEXE 2

## Albalianza

Albalianza est un collectif porté par un trio d'acteurs culturels (un DJ, un ingénieur du son et un photographe, régisseur dans le cinéma)\*. Ce collectif rassemble de manière souple une vingtaine de jeunes d'origines socio-culturelles diverses ayant comme point commun leurs goûts musicaux éclectiques et leur désir de les partager lors de soirées ou d'après-midi qui rassemblent des publics tout aussi variés.

Albalianza est un opérateur culturel « alternatif » qui se développe depuis 2009 à Liège dans le terreau d'un quartier de la banlieue liégeoise, Saint Léonard. Il propose des musiques Reggae, Jazz, Soul, Rap, Funk, Break-Beat (musiques dites « noires »),...

Par ailleurs, depuis 2010, cet opérateur émergent met sur pied un spectacle, « Speakeasy », qui allie rap et jazz, réunissant dans les salles des publics qui, d'habitude, ne se fréquentent pas. Et cela, sans intention ou stratégie.

*«Les 'speakeasys' étaient ces bars clandestins où se retrouvaient les soiffards et les noceurs, toutes origines sociales confondues, pendant les années de prohibition aux Etats-Unis. C'est dans cet univers sombre et interlope, élégant mais irrévérencieux, que se déroule une rencontre hautement illicite : celle du jazz le plus pur et du rap le plus moderne. Le jazz-band, constitué par d'anciens membres du groupe 'Zerka' et conduit par le saxophoniste Clément Dechambre, a dans un premier temps réadapté plusieurs instrumentaux présentés par les rappeurs.*

*C'est à présent une véritable troupe de 17 artistes, dépassant les formations originales.» (Albalianza)*

Albalianza peut être regardé avec des lunettes psychosociales ou socio-culturelles.

Ainsi le fonctionnement du trio, l'évolution des rapports entre eux et les membres du collectif, la manière dont les rôles et les fonctions s'élaborent, la manière dont ce collectif trace son contour et ouvre ses portes... illustre un mode particulier d'action propre à l'univers des «mouvements» qui ont deux caractéristiques principales : ne pas être institutionnalisés, reconnus, ni subsidiés, et bâtir sans nécessairement en faire un objectif prioritaire un univers de mixité sociale et culturelle : ils décloisonnent ce que les milieux culturels institutionnalisés rangent dans des cases différentes et sans communication entre-elles.

Les musiques qu'ils valorisent, écoutent et diffusent, sont des musiques qui ont des racines «noires» créées sur deux continents étrangers : l'Afrique et l'Amérique. Elles sont chargées d'une histoire sociale et politique connue des membres porteurs d'Albalianza qui ne se sont pas seulement intéressés à en découvrir les sonorités et les rythmes, mais sont aussi soucieux d'en connaître l'histoire ainsi que les implications ou fondements culturels et politiques. Ce collectif éclectique est donc mixte, multi-social, multi-culturel, multi-économique, multi-disciplinaire et véhicule le «métissage» de tout ordre comme une bannière identitaire, voire une valeur fondatrice.

## Cette démarche culturelle ouvre plusieurs questions

Est-ce la mixité et le métissage du groupe porteur d'un projet socio-culturel qui permet de concevoir des événements et des spectacles qui attirent des publics mixtes et métissés ?

Quelle est la place laissée à la mixité sociale et culturelle dans le monde ? Est-elle aussi réduite que celles des banlieues d'une

\* Gaëtan Lino, Hugo Vandendriessche, Mustapha Mezmizi,  
[www.facebook.com/Albalianza](http://www.facebook.com/Albalianza)  
[www.albalianza.be](http://www.albalianza.be)

ville ? A-t-elle là sa place « naturelle » et pourquoi ? Quel est le sort réservé à la culture des immigrés dans notre société ? En somme, quelle est la place accordée aux sonorités et rythmes des musiques et voix des personnes en marge de la culture dominante ?

Ainsi, dans les dispositifs sociaux, socioculturels, éducatifs et psycho-médicaux-sociaux, quelle place donne-t-on à la valeur narrative du rap, à son potentiel de construction d'une parole sociale et d'une construction identitaire ? Quel intérêt manifeste-t-on à sa contribution à l'invention démocratique ? Quelles injustices et souffrances y sont révélées ? Quelles conditions faudrait-il mettre en œuvre pour permettre la reconnaissance sociale plutôt que le mépris ou ce qui revient au même : la négligence et l'indifférence ?

# Intentions de ce livret

- ◆ Outiller la réflexion à propos de la dimension de narration dans les ateliers d'expression des secteurs sociaux, socio-culturels et éducatifs
- ◆ Outiller la réflexion sur la dimension politique de l'emploi de la narration dans les médias, la publicité, le monde politique
- ◆ S'appuyer sur les notions d' *influence*, *propagande*, *manipulation*, *persuasion* pour éclairer l'utilisation politique et publicitaire de la narration dans notre société

## Publics visés

- ◆ Les acteurs de l'associatif des secteurs sociaux, socioculturels et d'éducation permanente
- ◆ Les enseignants
- ◆ Les animateurs d'atelier d'expression : écriture, slam, théâtre, théâtre-action, vidéo, film d'animation, arts plastiques, musique, arts de la scène, etc.
- ◆ Toute personne intéressée par le sujet

«La narration est une auberge espagnole.

Récit, histoire, métaphore, roman, série, fiction, stories,... autant de formes sous lesquelles se décline aujourd'hui la narration.

Omniprésente, omnipotente, la narration est indispensable pour réfléchir et expérimenter notre rapport au monde. Indissociablement liée au temps qui autorise son déploiement, elle donne du sens à notre vie en l'inscrivant dans l'histoire. Du témoignage intime au récit mythique en passant par les grandes fictions collectives, ces narrations s'entremêlent et constituent la trame de nos vies.

Des vies sous influence... A l'heure où les tenants d'un néolibéralisme triomphant s'ingénient à vouloir sonner le glas des grands récits fondateurs, l'histoire de l'homme semble désormais écrite...

Le sujet hypermoderne, condamné à la tyrannie de la communication, victime de la culture de masse, fasciné par les séries télévisuelles, est-il appelé à disparaître ?

C'est compter sans la puissance de cette identité narrative qui, en revisitant l'histoire officielle, en faisant acte de mémoire, nous apprend à réenchanter le monde et à libérer les énergies du changement qui sommeillent en nous.

Il est indéniable que sans les perspectives dévoilées par le partage de ces récits, nous ne pourrions pas libérer l'énergie nécessaire pour agir collectivement dans le monde...

Parler de la narration tient cependant de la gageure, tant le domaine est vaste et complexe et en appelle à des disciplines aussi diverses que la sémiotique, la sociologie clinique, la science des médias, la philosophie et bien entendu la science politique.

Devant l'importance de la tâche, ce petit guide n'a d'autre ambition que d'inviter à une réflexion critique sur certaines des questions qui, aujourd'hui, font débat dans la société lorsqu'on évoque le pouvoir de la narration et les aléas du récit...»

Ce livret est un outil d'éducation permanente réalisé avec le soutien du Ministère de la Fédération Wallonie-Bruxelles.