

OLIVIER FOURNOUT, *LE NOUVEL HÉROÏSME : PUISSANCES DES IMAGINAIRES*, PARIS, PRESSES DES MINES, 2022, 209 P.

[Catherine Lejealle](#)

La Découverte | « Réseaux »

2022/6 N° 236 | pages 323 à 326

ISSN 0751-7971

ISBN 9782348076206

Article disponible en ligne à l'adresse :

<https://www.cairn.info/revue-reseaux-2022-6-page-323.htm>

Distribution électronique Cairn.info pour La Découverte.

© La Découverte. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

NOTE DE LECTURE

Olivier FOURNOUT, *Le nouvel héroïsme : puissances des imaginaires*, Paris, Presses des Mines, 2022, 209 p.

Par Catherine LEJEALLE

« Qu'ont en commun Johnny Hallyday, chanteur yéyé, idole des jeunes des années 1960, et Arnaud Beltrame, gendarme, mort dans l'exercice de ses fonctions en 2017, après s'être livré à un terroriste contre la libération d'un otage ? Réponse : ils partagent d'avoir été décrits du même mot, « héros », par le Président français, à quelques semaines d'intervalle, fin 2017 pour l'un, début 2018 pour l'autre » (p. 22). L'ouvrage d'Olivier Fournout s'intéresse au nouvel héroïsme décrété pour tous qui met du panache dans nos sociétés libérales, démocratiques, occidentales et humanistes. Alors qu'auparavant l'héroïsme était réservé aux descendants d'Achille, aujourd'hui il devient une exigence pour tous avec une intensification des injonctions paradoxales. L'ouvrage s'appuie sur un important corpus de communications grand public (presse, publicités, tribunes, portraits, interviews, blogs), sur plus de 200 manuels de management et de développement personnel et sur plus de 500 productions fictionnelles (films, séries). Le grand mérite de cet ouvrage est d'analyser des œuvres fictionnelles actuelles pour mettre en lumière les nouveaux imaginaires qui en découlent. Dans la première partie, l'auteur construit un modèle théorique qu'il éprouvera dans la seconde partie.

À travers une approche inductive et comparative, la première partie aborde le poids des imaginaires pour montrer qu'ils prennent aujourd'hui des formes si extrêmes et si inédites qu'ils impactent significativement les comportements de chacun et pas seulement ceux des personnes occupant des postes à forte responsabilité comme un chef d'État. Le chapitre 1 analyse les théories de Callon et Latour, Bachelard, Morin ou encore Barthes afin de mettre en lumière ces mythes, croyances, représentations, *praxis*, fictions et mises en scène qui nourrissent les imaginaires communs de l'homme postmoderne. Le quotidien produit des formes d'héroïsation. L'auteur montre que cet imaginaire dominant diffuse des références hétérogènes, voire parfois contradictoires, mais que la cohésion d'ensemble est malgré tout assurée parce que les supports de diffusion sont cloisonnés et donc les audiences différentes.

Au chapitre 2, l'auteur confronte ces théories à la notion actuelle de héros qui est utilisée aujourd'hui pour qualifier aussi bien des joueurs de football face

à une équipe adverse, des travailleurs sociaux dans des quartiers difficiles, que l'astronaute Thomas Pesquet. L'ancrage de ces nouveaux imaginaires de l'héroïsme dans l'espace médiatique s'effectue à travers cinq processus : ils prennent une forme sensible en se donnant à voir, se reflètent dans des jeux de miroirs partiels et déformants, se stabilisent dans le temps, circulent pour se communaliser et enfin, s'incarnent dans des galeries de portraits. S'appuyant sur Dewey, Weber, Foucault ou encore l'école de Chicago, l'auteur décrypte des productions fictionnelles comme le biopic *Lincoln* sorti en 2012 ou encore *The Wall* sorti en 2017 qui relate l'histoire de deux soldats américains pris pour cible par un *sniper*, lui aussi américain. Ce nouvel imaginaire se diffuse aussi bien dans la culture savante que populaire, alimentée par des discours où abondent les superlatifs. La vie trépidante, l'excitation, voire l'exaltation, doivent être le nouveau quotidien de chacun. La communication de signes et d'images est renforcée par des rites d'organisation comme des formations et des séminaires de partage d'expérience. Ces interactions au quotidien, souvent sous l'égide de prestigieuses sociétés de conseil, légitiment, institutionnalisent le nouvel imaginaire du héros. La production puis la communication d'œuvres fictionnelles et leur légitimisation se renforcent mutuellement. Comme l'atteste le succès des livres de développement personnel, de leadership ou d'entrepreneuriat, les productions *mainstream* cinématographiques qui créent des figures de héros entrent en résonance avec les représentations sociales de la réussite en société.

Le chapitre 3 propose une structure que l'auteur appelle de plusieurs noms, *matrice du héros*, *matrice de l'équilibre*, *matrice de la réussite* ou encore *matrice des injonctions paradoxales*. Elle représente les injonctions contradictoires qui résultent des discours et des images produits par les structures institutionnelles, éducatives et fictionnelles. Le modèle s'organise en sept injonctions qui peuvent être lues comme des prescriptions. Les six premières reposent sur une dialectique concernant l'axe de soi, l'axe d'appartenance au groupe de référence et l'axe de l'interaction avec les autres. L'axe de soi matérialise les tensions dans la prise de rôle et l'intériorité. La ligne de crête entre incarner un rôle attaché à une fonction et se réaliser personnellement avec ses aspirations propres est une première injonction paradoxale. Chacun doit se construire lui-même de l'intérieur tout en construisant une image destinée aux autres. L'axe d'appartenance à un groupe reflète le paradoxe entre, d'une part, s'engager dans une mission et mener le groupe à son accomplissement et, d'autre part, inventer et bousculer les zones de confort pour se dépasser. L'axe des interactions souligne l'opposition entre les logiques de coopération et celles de compétition qui sont inhérentes à toutes les interactions, aussi

bien au sein qu'en dehors de son groupe d'appartenance. Les manières de se comporter incluent à la fois des rapports de force et de l'attention portée aux autres, voire de l'amitié. La septième injonction chapeaute les précédentes comme solution pour naviguer avec succès dans l'hypermodernité et ses injonctions d'héroïsme. Baptisé *goût du paradoxe*, il s'agit d'être en même temps dans le 0 et le 1, dans le court et le long terme, dans le local et le global, dans le limité et l'illimité... C'est un axe plus intégratif, plus abstrait, qui s'intéresse au dépassement des paradoxes, au franchissement des limites et à la confrontation des oxymores. Il y a démultiplication de la puissance des six paradoxes précédents. Chacun est confronté au collage des inconciliables pour faire fonctionner et inclure tous les morceaux du puzzle dans les décisions de tous les jours.

La partie 2 met à l'épreuve cette modélisation à travers des études de cas détaillées : l'héroïsation au quotidien (chapitre 4), les expériences extrêmes (chapitre 5), le monde du travail (chapitre 6), le sauvetage de la planète (chapitre 7) et les corps médiatiques (chapitre 8).

Au quotidien, les publicités montrent que la possession d'une moto ou d'une montre, la consommation d'une pizza ou encore la pratique d'un sport transforment chacun en héros par l'affirmation que ces actes en requièrent les compétences. Même l'achat d'un canapé peut métamorphoser en héros. Un parallèle avec la chevalerie est fait, à une époque où agir en héros supposait de mettre sa vie en danger pour montrer la nouveauté de l'héroïsme aujourd'hui. Il n'est pas limité à la race des Achilles mais exigé de tous.

La matrice du héros est également pertinente pour décrypter les expériences ultimes qui flirtent avec une passion pour la mort et les situations exceptionnelles mettant en scène des personnes qui n'y étaient pas prédestinées. L'auteur analyse le film *Sully* qui met en scène le pilote d'avion qui réussit à faire amerrir son avion sans blesser aucun passager. Le héros prend des risques comme dans les modèles traditionnels. La nouveauté réside dans le caractère *mainstream* du vivier dans lequel on va puiser les héros. Chacun peut y être confronté. Il faudra alors montrer de la bravoure et développer de super-pouvoirs. Pour reprendre les six paradoxes énoncés plus haut, il s'agit à la fois d'être branché sur ses émotions et de se surpasser en inventant des solutions inédites. Il s'agit de faire ce qu'on a à faire tout en dépassant ces objectifs lorsque la situation imprévue le demande. On peut parler de héros sociétal qui peut, ou pas, coïncider et se cumuler avec les héros dramaturgiques qui subjuguent leurs lecteurs. Dans le monde du travail, les héros de cinéma sont

souvent des hommes d'affaires et inversement. L'intrication est forte jusque dans les publicités qui mettent en avant des vêtements pour les deux types de héros. La fiction et la réalité entretiennent alors des liens étroits, l'un reflétant l'autre et inversement. Le management met à l'épreuve le modèle : le manager doit à la fois tenir ses rôles sociaux et être investi intérieurement, se concentrer sur sa mission et en diverger pour innover.

La matrice du héros se décline également dans les fictions et les pratiques en matière de responsabilité sociale et environnementale. Enfin, quatre corps du héros sont convoqués, notamment à travers l'exemple de Lincoln, tel que mis en scène dans le film de Stephen Spielberg. Il propose un modèle de leadership pour le XXI^e siècle, articulant quatre corps que sont celui de l'acteur qui joue, le personnage qu'il joue, la référence historique qui le nourrit et les leaders potentiels qui s'en inspirent.

L'apport de l'ouvrage est de proposer et de mettre à l'épreuve un modèle d'héroïsation des discours et des images reposant sur sept injonctions paradoxales. L'auteur montre que l'héroïsme devient une exigence désormais pour tous. Un prolongement possible consiste à étudier la réception de ces nouvelles injonctions par les individus. Une autre recherche possible serait d'observer s'il y a des différences culturelles selon les pays, dans les sociétés plus collectives et moins individuelles que ne le sont les sociétés occidentales étudiées.

Catherine LEJEALLE
Groupe ISC Paris
clejealle@iscparis.com