

Nicolas PÉLISSIER, Marc MARTI, dirs, *Le storytelling.
Succès des histoires, histoire d'un succès*

Paris, Éd. L'Harmattan, coll. Communication et civilisation, 2012,
203 pages

Justine Houyaux



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/8821>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.8821

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 31 décembre 2013

Pagination : 302-304

ISBN : 978-2-8143-0182-5

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Justine Houyaux, « Nicolas PÉLISSIER, Marc MARTI, dirs, *Le storytelling. Succès des histoires, histoire d'un succès* », *Questions de communication* [En ligne], 24 | 2013, mis en ligne le 01 février 2014, consulté le 22 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/8821> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.8821>

sa forme visuelle (génériques et logos des journaux télévisés, pp. 225-238). Plus problématique est la lecture déterministe (pp. 239-251) qu'elle reprend d'auteurs spécialisés sur les causes politiques du 11-Septembre et qu'elle cherche à appliquer aux médias. Cette « brèche dans le mur » (p. 239) veut que « les terroristes ont utilisé la plus grande force de la télévision et l'ont retournée contre elle » (p. 251). Certes, il ne s'agit que d'une (longue) introduction au « direct qui frappe l'écran » (p. 253), à savoir l'enchaînement d'attentats contre le territoire des États-Unis le 11 septembre 2001. Mais, ces digressions laissent un arrière-goût de partie rajoutée uniquement pour des besoins éditoriaux. En effet, la mise en mémoire de cet événement par les médias reprend les mêmes concepts que ceux évoqués pour la chute du mur de Berlin, même si le recours au direct est plus « accompli » (pp. 267-268) aux États-Unis qu'en Allemagne. Tous deux recourent à des univers de référence, autrement dit à des mémoires collectives déjà formées. Toutefois, en 2001, la « matrice d'explication » semble être la science-fiction cinématographique (pp. 276, 285). Finalement, dans les deux cas, ne s'agit-il pas de la même « expérience historique du temps présent » (p. 293), les « images souvenir » (p. 289) ? D'ailleurs, l'auteure ne voit qu'une différence entre les deux événements, la médiation de l'internet (p. 275), ce qui lui permet d'utiliser les concepts de la médiologie : graphosphère (imprimerie) et vidéosphère (techniques audiovisuelles) en 1989, ces deux premiers éléments de la médiasphère auxquels s'est ajoutée l'hypersphère (réseau numérique).

Apparaît une question de forme qui renvoie la chercheuse à son appréhension de son objet de recherche. La proximité avec le 11-Septembre n'est-elle pas en rapport avec son entrée en thèse (2004), plutôt qu'avec l'état du savoir historique sur cette question ? Son développement sur la diffusion par TF1, le 16 septembre 2001, d'images empruntées au blockbuster américain *Star Wars* (Lucas, 1977), qui renvoient à la lecture du monde entre le Bien et le Mal (pp. 286-289), pour intéressante qu'elle soit, reste fragile en raison des sources utilisées (forum internet) et de l'absence de réponse de TF1. C'est pourquoi l'auteure ne veut y voir qu'un « mythe » (p. 289), même si elle en fait une matrice d'explication. Malgré tout, cette étude reste un bon exemple de l'importance de la présence et de la technique télévisuelle dans le déroulement des événements. Là réside cette « expérience historique du temps présent » : en voyant et revoyant les images, les téléspectateurs se souviennent des émotions qui y sont liées. De ce point de vue, les médias, et particulièrement les journaux télévisés, participent d'une façon très

spécifique à l'écriture de l'histoire, mettant en lumière grands événements connus et vie de tous les jours. Mais c'est en temps que témoin, au même titre qu'une source écrite ou iconographique, c'est-à-dire comme supports médiatiques, et acteur.

Gérald Arboit

CRULH, université de Lorraine, F-54000
gerald.arboit@aliceadsl.fr

Nicolas PÉLISSIER, Marc MARTI, dirs, *Le storytelling. Succès des histoires, histoire d'un succès.*

Paris, Éd. L'Harmattan, coll. Communication et civilisation, 2012, 203 p.

L'ouvrage est un ensemble de textes qui ont été soumis à l'évaluation par un comité scientifique à l'issue de la journée d'étude ayant eu lieu à l'université Nice Sophia Antipolis en novembre 2011 : « Du *storytelling* à la mise en récit des mondes sociaux : la révolution narrative a-t-elle eu lieu ? ». Onze contributions y sont présentées.

Après une introduction de Marc Marti et Nicolas Péliissier (pp. 11-22) présentant très brièvement l'histoire de la controverse sur le *storytelling* et regroupées dans le chapitre « *Storytelling*, retour sur un concept controversé » (pp. 23-72), les trois premières contributions s'attachent à discuter le concept même de *storytelling* en revenant sur l'ouvrage fondateur de Christian Salmon (*Storytelling. La machine à fabriquer des histoires et à formater des esprits*, Paris, Éd. La Découverte, 2007). Ouvre le bal avec « *Storytelling*, réévaluation d'un succès éditorial » (pp. 23-38), Marc Lits concède à l'ouvrage de Christian Salmon le mérite d'avoir ouvert la discussion sur le rôle social du récit et d'avoir « dénoncé certaines de ses utilisations contemporaines en tant qu'outil de formatage » (p. 23), mais pose les limites de l'analyse présentée. Ensuite, l'auteur laisse la place à « la dimension libératrice des récits » (p. 28) dans laquelle les médiacultures ne sont plus aliénantes, mais émancipatrices des masses, au retour du journalisme narratif et pose la question de la fin du *storytelling* en politique. Enfin, Marc Lits conclut sur la nécessité de « réinventer la narratologie » (p. 35). Pour sa part, et de façon synthétique, Marc Marti (pp. 39-52) distingue quatre approches des formes du récit, « le structuralisme et la logique de l'énoncé » (p. 40), centré sur l'histoire proposée par le récit, par son organisation ; « la narratologie genettienne et l'approche énonciative » (p. 41) qui, comme son nom l'indique, a été développée par Gérard Genette (*Figures III*, Paris, Éd. Le Seuil, 1972) et qui s'intéresse aux formes du discours à travers une analyse des figures ; « le lecteur et la lecture du récit » (p. 42), où

la subjectivité du lecteur vient combler l'incomplétude du texte ; enfin, « le récit, production sociale et culturelle » (p. 43) qui étudie la question du contexte de production et de réception du récit et qui, par la même occasion, annihile l'hypothèse d'universaux narratifs. Le reste du chapitre étudie la pratique du *storytelling* dans le champ récit scientifique, où « la narrativisation vient jouer le rôle de médiateur caché » (p. 50). Dans « Le transmédia : terrain d'acculturation communicationnelle des publics ? Vers une approche narratologique communicationnelle » (pp. 53-72), Céline Masoni-Lacroix pose que le processus d'acculturation communicationnelle « croise l'offre médiatique et transmédiate du circuit de production et la manière dont le public en fait usage et sens » (p. 54). Riche de nombreux exemples, la contribution présente aussi un rappel des théories d'Henry Jenkins (*Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*, New York, New York University Press, 1992) et offre une typologie des publics selon les compétences des fans d'une narration transmédiate, ainsi qu'une analyse éclairée du phénomène des extensions narratives non autorisées, à savoir les fanfictions.

Dans le deuxième chapitre, « *Le storytelling politique : entre ruptures et continuités* » (pp. 73-102), les deux textes portent sur le *storytelling* en politique dans la continuité du travail de Christian Salmon. Avec « Henri Guaino, *storyteller* sarko-gaullien. Psychosociologie d'un conseiller spécial » (pp. 73-86), Alexandre Eyries mesure le rôle d'Henri Guaino, conseiller spécial auprès de Nicolas Sarkozy, dans la transposition du *storytelling* politique à l'américaine dans le système politique français en le comparant au cas d'André Malraux qui, en son temps, avait écrit les chroniques gaullistes. Puis, Stéphane Pouffary – « Mise en scène et mise en récit de l'acte politique dans le débat climatique » (pp. 87-102) – examine le cas concret du débat politique sur la question climatique et met en garde contre « un appauvrissement de la démocratie » (p. 87) tout en montrant dans quelle mesure le *storytelling* politique, s'il suscite bien de l'émotion, ne conduit qu'à peu d'action. L'auteur conclut sur les limites de notre mode de gouvernance internationale.

La troisième partie – « Fictions du réel et réalités de la fiction dans les médias » (pp. 103-136) – compte deux études qui s'intéressent au rapport entre fiction et réel, car, comme l'indique Christian Salmon, il existe un rapport étroit entre le *storytelling* et Hollywood. Le travail de Jean-Paul Aubert (et non Jean-Louis Aubert, contrairement à ce qu'annonce le sommaire, à la plus grande déception des fans de

Téléphone), « *Le cinéma à l'épreuve du storytelling* » (pp. 103-116), s'articule autour de trois réflexions : « *Le storytelling* et le cinéma se rejoignent du fait de la place prépondérante que l'un et l'autre accordent au scénario ; [ils] privilégient tous deux l'art de raconter des histoires ; [ils] reposent sur des stratégies narratives dont les modèles sont interchangeable » (p. 104). Pourtant, selon l'auteur, il ne faut pas confondre cinéma et *storytelling*, ni laisser les deux notions donner l'illusion qu'elles sont semblables car si la première repose sur le scénario, la seconde a pour ressort la scénarisation. Ensuite, dans « *Le journalisme narratif : vecteur privilégié du storytelling* ou antidote à ses dérivés » (pp. 117-136), Nicolas Pélissier, par ailleurs directeur de l'ouvrage, s'intéresse à l'histoire du journalisme narratif et au contre-pouvoir qu'il peut exercer face au *storytelling*. Il en établit les limites, qui dépendent de la capacité du journalisme narratif à remplir quatre conditions, à savoir « le renforcement des compétences narratives des journalistes », « une certaine forme de décélération » de la production de nouvelles, « la prise en compte des attentes et compétences du public » par les journalistes et, enfin, l'existence d'un « souci de vigilance réaliste de la part [de ses] praticiens et promoteurs » (p. 131).

Les trois contributions suivantes s'intéressent aux « Récits enchantés des organisations à l'épreuve du vécu » (pp. 137-186) qui, au contraire de la rubrique précédente, confrontent le *storytelling* au réel. « Écoles et *storytelling* : les enseignants modèles à la ville et à l'écran aux États-Unis et en France » (pp. 137-154) d'Émilie Souyri dresse un panorama inquiétant de la narration portant sur les enseignants modèles où la Michelle Pfeiffer de *Esprits rebelles* (Smith, 1995) offre une résonance de la figure christique à laquelle on ne s'attendait pas tout-à-fait et où, surtout, le déplacement de l'attention vers les enseignants en tant qu'objets à réformer est en fait le symptôme d'un *storytelling* qui incite à désigner des responsabilités individuelles plutôt qu'à régler les problèmes systémiques. Cependant, selon l'auteure, cette dynamique n'a pas d'écho en France car elle est inextricablement liée à la foi (même laïque) dont l'influence est bien plus grande dans l'imaginaire américain que dans l'imaginaire français. Quant à eux, Lorrys Gherardi et Sylvie P. Alemanno s'attèlent à l'étude de la « Communication enchantée de l'idéologie managériale : *storytelling* et journal d'entreprise » (pp. 155-172). Tout en exposant la nature et la fonction des journaux d'entreprise, les auteurs s'intéressent à un cas concret en analysant les résultats générés par le logiciel Alceste (Analyse de lexèmes cooccurrents dans les énoncés simplifiés

d'un texte) lors de l'examen d'un corpus de journaux d'entreprise. Dernière contribution de ce chapitre « Du récit de contrôle social à la narration éthique : comment se raconte la secte ? » (pp. 173-186) d'Arthur Mary répond à la question « comment raconte-t-on la secte ? ». Ceci grâce à l'étude de deux textes écrits par un ancien témoin de Jéhovah et de la narration par l'auteur même d'un reportage sur les sectes, de son expérience de montage rhétorique, sans qu'il reconnaisse pour autant son propre recours au *storytelling*.

La dernière contribution est celle de Daniel Moati (pp. 187-200). Elle est présentée sous la forme d'un témoignage dans lequel il évoque « La communication narrative de l'histoire de l'écriture comme vecteur de remédiation esthétique ». Outre raconter son expérience personnelle, l'auteur vise à lancer l'espoir que le « *storytelling* pédagogique, loin de servir à formater les enseignants, puisse aider ces derniers à renouer avec les élèves des classes populaires » (p. 197).

Enfin, l'ouvrage est agrémenté d'une courte biographie de chacun des auteurs et les contributions disposent toutes de riches bibliographies qui entraîneront sans nul doute les lecteurs intéressés sur de nouvelles pistes de réflexion. Dans l'ensemble, *Le storytelling. Succès des histoires, histoire d'un succès* n'est pas un ouvrage à la portée des lecteurs à la recherche d'une introduction au domaine. Il est préférable d'avoir des notions de narratologie et d'avoir lu le livre de Christian Salmon qui y est mentionné. En revanche, les spécialistes y trouveront leur compte.

Justine Houyaux

Université de Mons, B-7000

justine.houyaux@umons.ac.be

Sarah SEPULCHRE, dir., *Décoder les séries télévisées*.

De Boeck, coll. Info Com, 2011, 256 p.

Préfacé par Éric Maigret, l'ouvrage est un recueil de sept contributions réparties en autant de chapitres. Très didactique, il s'adresse tant aux étudiants de licence/master qu'aux enseignants praticiens du secondaire, ce qui justifie la présence d'outils paratextuels utiles tels une bibliographie complémentaire à la fin de chaque chapitre, des encadrés portant sur les notions importantes, une exemplification à partir de séries actuelles ou plus anciennes, un glossaire, une webographie, une riche bibliographie plus générale et un index par auteur et par série. Bien que les intentions affichées de Sarah Sepulchre soient humbles telles « proposer plusieurs angles d'attaque de la série » (p. 7) et aller

contre l'idée selon laquelle les séries « lobotomisent le téléspectateur » et sont de la « sous-culture » (p. 9), elles sont parfaitement lisibles dans les résultats qui, d'ailleurs, vont au-delà car l'ouvrage fournit non seulement des clés d'interprétation, mais suscite l'envie de regarder les séries non plus en tant que spectateur, mais en tant qu'analyste.

Marjolaine Boutet (pp. 11-43) commence l'ouvrage par un chapitre intitulé « Histoire des séries télévisées » et dresse un panorama historique en distinguant quatre périodes (ou décennies) : « l'âge d'or » des séries américaines (années 50) correspondant au moment où la télévision devient un média de masse et où les *formats* (western, sitcom, fantastique...) se mettent en place ; « l'âge classique » (années 60-70) voyant une stabilisation et un perfectionnement de ces formats – pour plaire à l'Américain moyen à travers une orientation forte vers le divertissement (naissances des séries judiciaires, médicales) – lesquels traitent de thèmes de société tels la Guerre froide, les conquêtes spatiales, les inégalités entre Noirs et Blancs, les femmes, la critique de la guerre du Vietnam ; le « deuxième âge d'or des fictions télévisées » (années 80) coïncidant avec les arrivées de la technologie (télécommande, magnétoscope, chaînes câblées) et des baby-boomers à l'âge adulte ainsi qu'avec une grande capacité inventive dans les formes de série (dites « addictives », « chorales », « réflexives ») ; « l'ère numérique » (années 90-2000), période pendant laquelle l'offre se multiplie, les audiences s'éparpillent et l'acte de regarder la télévision devient une expérience individuelle et non plus une activité se limitant à séduire le grand public.

Séverine Barthes (pp. 47-73) poursuit l'ouvrage avec un chapitre intitulé « Production et programmation des séries télévisées » présentant le secteur télévisuel privé étasunien composé de réseaux, de chaînes locales, de chaînes du câble et du satellite et de chaînes *premium* où ce sont les logiques d'affrontements économiques qui déterminent le cycle de vie des séries qu'il s'agisse de séries dites « *daytime soap opera* » ou de séries dites de « fiction de soirées » (p. 62). Au cœur des enjeux de programmation des séries, ce constat implique des stratégies différentes de programmation : logique d'accompagnement des activités quotidiennes pour les premières et logique d'adhésion aux contenus proposés pour les secondes. Elles impliquent également de suivre aussi bien le rythme de la vie quotidienne que des usages sociaux et culturels hebdomadaires du public. Ces logiques de programmation ont pour conséquence de créer chez le téléspectateur de la fidélisation, des habitudes avec l'effet d'agenda où se superposent temps de fiction et