

Le héros des temps modernes ou comment l'imaginaire du dépassement de soi domine la société actuelle

À propos de l'ouvrage
d'Olivier FOURNOUT, *Le Nouvel héroïsme. Puissances des imaginaires*, Presses des MINES, 2022, 210 p.

Par Olivia MICHEL,
doctorante à l'ESCP



© Presses des MINES

Le caractère endopsychique⁽¹⁾ de l'imaginaire l'a longtemps confiné dans des sphères éloignées de l'étude du social. Souvent caractérisé par la rêverie, l'imaginaire est régulièrement associé au monde de l'enfance, celui que l'on s'invente, il serait un espace dénué de toute implication dans la réalité. Il est vrai que l'usage courant l'y oppose sans cesse. Pourtant, il semble être un outil précieux pour saisir les conséquences du nouage entre psychique et social dans notre société hypermoderne. Dans son nouvel ouvrage *Le Nouvel héroïsme. Puissances des imaginaires*,

Olivier Fournout s'empare de la notion d'imaginaire pour une meilleure intelligibilité des représentations dominantes actuelles. Il rend compte de la manière dont les imaginaires viennent structurer le quotidien, inspirer tout un chacun, imprégner les pratiques managériales et l'hypermodernité en général. L'auteur part d'un certain constat : notre société et son rapport à la réussite ont muté petit à petit vers la valorisation du dépassement de soi, de l'intrapreneur et du héros, tout en imposant à l'individu des injonctions paradoxales, une certaine *praxis* de l'oxymore. Ainsi, l'auteur nous dit que tous les domaines de la vie en société cherchent à faire rêver l'individu, faire planer au-dessus de sa tête un nuage de rêves. Ce nuage serait alors constitué de représentations imaginaires, ayant pour objectif d'être un moteur pour les individus.

Diffusion et transmission des imaginaires

Dans un premier temps, l'auteur nous parle de l'imaginaire comme une puissance de circulation et de transformation. L'imaginaire permettrait de solidifier les éléments du réel, de leur donner une consistance ou encore de les réifier. Tout ce qui fait phénomène, c'est-à-dire tout ce qui prend une place dans la société et qui est reconnu comme un modèle dominant, serait issu de l'imaginaire. Olivier Fournout propose alors une lecture pluridisciplinaire et une interchangeabilité des clés de lecture de l'imaginaire pour saisir sa portée dans nos sociétés contemporaines. L'imaginaire est une notion complexe, et contient également en elle d'autres notions qui lui font signe : représentations, croyance, mythe, idéologie. L'imaginaire est une notion ambiguë, et ainsi les chercheurs en sciences sociales s'en sont assez peu approchés. L'objet du livre est alors d'étudier toute « forme » susceptible de contribuer à la construction de l'imaginaire de l'héroïsme pour tous dans la société. Il s'agit de messages qui suggèrent un surpassement pour les individus ou les groupes. Figures littéraires, stars du cinéma, sportifs, *leadership*... sont quelques-unes des structures héroïques qui participent à construire l'imaginaire de la société. Une des illustrations proposées par l'auteur est une publicité pour Nike en 2017. En effet, si le vêtement est utile et *a priori* fonctionnel, il semble également être imprégné par les imaginaires de la société. Cette publicité montre un joueur de hockey qui se dépasse et s'accomplit, avec pour slogan "*Play less nice*" signifiant « Joue moins gentil ». Tout au long de la publicité, nous observons un homme qui est, dans un premier temps, brutal, incivil, agressif (il renverse des poubelles dans la rue, bouscule ses adversaires, ferme des portes au nez...), et, dans un second temps, le sportif devient un héros qui aide les autres, il est tendre et convivial (il tient les portes, il aide les personnes handicapées...). La publicité se termine par un but de la part du joueur, des applaudissements, rappelant que l'on qualifie toujours de héros les marqueurs d'un match de football important. Selon l'auteur, cet exemple met en scène les valeurs individualistes de notre société hypermoderne, le tout à travers l'image héroïsante d'un sportif victorieux. Cette publicité, seule, ne

⁽¹⁾ Qui est relatif aux profondeurs du psychisme.

contribue pas à la diffusion d'un imaginaire, mais c'est bien parce qu'elle s'inscrit dans une multitude de représentations, d'injonctions qui circulent dans le monde hypermoderne qu'elle en est une illustration pertinente. Les valeurs retrouvées dans cette publicité sont présentes à peu près partout : la presse, les discours politiques, le management, le développement personnel... Ainsi l'exemple choisi par Olivier Fournout à travers cette publicité permet de donner à voir l'ancrage ambivalent du héros : l'homme mis en scène est à la fois un mauvais garçon – déterminé, il va jusqu'au bout, écrase les autres sur son passage pour réussir – et un homme de valeurs. Au-delà de ces contradictions, la finalité reste "Play less nice" : être moins gentil pour y arriver, pour être le gagnant, le héros. L'auteur argumente ici que les imaginaires dominants sont malléables et s'inscrivent dans des structures contradictoires, car l'imaginaire prend sa source dans des scènes hétérogènes.

L'imaginaire de l'héroïsme : nouvelle norme de la société hypermoderne

L'auteur nous questionne : qu'ont en commun Johnny Halliday, idole des jeunes dans les années 1960, les gendarmes, policiers morts pour la France dans les attentats par exemple, les sportifs de haut niveau ou encore Thomas Pesquet ? Ils ont tous été qualifiés de héros. L'héroïsme est bien installé dans l'actualité : médias, publicité, cinéma... Il devient désormais un qualificatif qui rassemble. L'auteur nous raconte qu'en feuilletant un grand journal quotidien, il y trouve successivement le portrait d'un PDG d'une grande entreprise décrit comme un véritable héros, puis un paragraphe encourageant l'importance d'être centré sur soi tout en étant hyper investi pour les autres, une publicité pour un supermarché se considérant comme étant la meilleure chaîne, avec la qualité au meilleur prix, la « marque des champions ». Enfin, toujours de ce même journal, Olivier Fournout cite une succession d'acteurs ayant eu des récompenses, faisant face à tous les défis, des vies difficiles mais héroïques. Emmanuel Macron en fait même un argument lors de son élection en 2017 : « Nous devons renouer avec l'héroïsme politique. [...] Il faut expliquer qu'il y a des héros en France, des génies, des gens qui s'engagent au quotidien... ». Chaque élément de la vie quotidienne est héroïsé, constamment. La valeur du héros connaît une inflation médiatique sans précédent.

Comment l'imaginaire du héros devient-il dominant ?

Olivier Fournout formule cinq points de passage nécessaires à l'extension d'un imaginaire et interroge la manière dont s'installe la domination de l'héroïsme dans le système sociétal. Le premier point est que cet héroïsme doit prendre une forme sensible : se voir, s'entendre, se sentir, se goûter, s'incarner. C'est-à-dire que la figure du héros doit s'incarner à travers l'art, la fiction, la littérature. L'action morale prend sens de manière esthétique, sensible. Elle s'incarnera

d'avantage à travers un rôle au cinéma par exemple, qu'un texte de recherche. Le deuxième point est qu'une fois les incarnations réalisées, elles ont besoin de se refléter. Il s'agit là d'un effet miroir entre fictions et réalités. L'auteur prend l'exemple des bureaux du film de *Margin Call* reconnus comme étant similaires à ceux de Wall Street. S'ils ne sont pas en réalité exactement les mêmes, c'est de cette façon qu'ils imprègnent les croyances générales. Le troisième point est que l'imaginaire de l'héroïsme doit se stabiliser dans le temps en occupant l'espace éditorial et médiatique. Le quatrième est qu'il doit se communaliser à grande échelle : circuler dans tous les domaines de la vie comme la famille, l'amitié, les loisirs, la politique, la consommation, le *business*. Le cinquième et dernier : il doit trouver sa galerie de portraits, ses modèles. L'imaginaire dominant de la société se retrouve dans la structure du héros hypermoderne, qui tend à devenir un idéal de société. On retrouve notamment l'image du héros dans certaines incarnations et discours. La fameuse assertion d'Emmanuel Macron, « Nous sommes en guerre », est un exemple de ce qui contribue à ériger l'Homme normal en Homme héroïque. Celui qui traversera la guerre, contribuera à y mettre fin, deviendra alors le héros des temps modernes. Nous assistons ainsi à une flambée du marché de l'héroïsme, dans tous les domaines de la vie. Tout est « héroïsé » : celui qui sera reconnu sera celui qui sait se dépasser lui-même et qui réalise un exploit. L'extraordinaire doit devenir la norme. La valeur héros devient maintenant une injonction pour tous, étrange paradoxe. Que devient alors le monde commun si le héros devient l'homme ordinaire ? L'individu hypermoderne est-il condamné à l'héroïsme ?

L'héroïsation de la société et ses conséquences sur les individus

Cette héroïsation de la société n'est pas sans conséquence sur les individus. Prenons l'exemple du management contemporain qui nous ordonne d'être entrepreneurs de nous-même. Pour être dans la course, il ne suffit plus de vendre un produit ou un service, mais d'y ajouter la vente de soi, corps et âme. Au-delà d'un message de dépassement de soi, cette logique produit une société composée d'individus dotés d'égos surdimensionnés, en compétition les uns avec les autres. Le danger est désormais l'ordinaire. Le courage est une qualité indispensable. Cette image du héros contribue à la diffusion d'un imaginaire collectif, concept bien décrit par Giust-Desprairies (2004). Il permet au groupe de donner du sens à la réalité tout en étant signifiant pour le sujet individuel. L'héroïque comme valeur et comme moyen de s'intégrer dans la société constitue également un imaginaire social au sens de Castoriadis (1975), à savoir un imaginaire moteur des transformations historiques et culturelles, des représentations du monde, des manières de vivre. Il s'établit alors dans l'hypermodernité une forme d'imaginaire socio-collectif : une diffusion de représentations destinées à produire du sens pour le groupe, à former les perceptions de la réalité et de l'existence tout en structurant le social.

Olivier Fournout nous livre un brillant ouvrage permettant une meilleure compréhension de l'hypermodernité en proposant de donner à l'imaginaire un rôle essentiel et indispensable pour comprendre les enjeux du monde social. Il s'inscrit dans la continuité des psychosociologues et psychologues cliniciens tels que Nicole Aubert ou Vincent de Gaulejac, qui proposaient la compréhension de l'évolution de la société et des pratiques managériales par notre rapport au temps. D'un monde qui prône l'idéal et l'excellence dans les années 1980 (Aubert, de Gaulejac & Vindras, 1990), nous serions ensuite passés dans le milieu des années 1990 à un rapport au temps compulsif à l'urgence, l'hyperréactivité (Aubert, 2003). Vincent de Gaulejac (2011) parlait d'une société narcissique mettant en avant l'individualisme et la réussite. Nous serions aujourd'hui passés au culte du héros, aux multiples injonctions à l'action héroïque. Être un individu lambda, « par défaut » (Castel, 1995), se fait au risque d'être ostracisé. Ce nouveau tableau de l'individualisme hypermoderne nous rappelle les travaux de Robert Castel (1995) décrivant la dichotomisation de l'individualisme contemporain, avec, d'un côté, les individus « par excès » centrés sur le présent et l'instantanéité, concernés par aucune antériorité, pris dans un tourbillon d'activités, en quête d'intensité, et, de l'autre, les individus « par défaut », privés de tout, sortis du système, car en incapacité de coller à ce que la société obsédée par l'urgence attend d'eux. La question

induite par l'ouvrage d'Olivier Fournout est la suivante : un individu privé de statut de héros peut-il encore être considéré en tant qu'individu dans notre société actuelle ? Les attentes de la société deviennent de plus en plus grandes et le rapport à soi toujours plus exigeant.

Cet ouvrage est un travail rigoureux et passionnant, qui nous invite à enfin considérer l'espace psychique comme un lieu d'observation et de savoir. Olivier Fournout arrive à nous convaincre que l'imaginaire fait partie du réel, et nous permet d'accepter le fort enjeu de la subjectivité dans la construction du monde social.

Bibliographie

- AUBERT N. (2003), *Le culte de l'urgence – La société malade du temps*, Paris, Flammarion.
- AUBERT N. & DE GAULEJAC V. (2018), *Le coût de l'excellence*, nouvelle édition, Média Diffusion.
- CASTEL R. (1995), *Les métamorphoses de la question sociale*, Paris, Fayard.
- CASTORIADIS C. (1975), *L'institution imaginaire de la société*, Paris, Seuil.
- DE GAULEJAC V. (2011), « L'injonction d'être sujet dans la société hypermoderne : la psychanalyse et l'idéologie de la réalisation de soi-même », *Revue française de psychanalyse*, 75, pp. 995-1006.
- GIUST-DESPRAIRIES F. (2004), *L'imaginaire collectif*, Paris, Érès.