

# Et si on racontait des histoires en formation ?

Albert Einstein aurait dit un jour : « *Si vous voulez que vos enfants soient intelligents, lisez-leur des contes de fées. Si vous voulez qu'ils soient plus intelligents, lisez-leur plus de contes de fées.* » (Rivierre, 2019, p. 67)

Le matin en arrivant au travail, quoi de plus enthousiasmant que de s'arrêter un temps autour de la machine à café pour papoter un peu avec son/sa collègue pour se raconter les aventures du week-end. Une fois rentré-e chez soi, prendre le temps de narrer sa journée à son/sa partenaire ou d'écouter les péripéties de ses enfants à l'école. Puis, les coucher avec un conte avant de regarder un bon film à la télé. Nous aimons tous les histoires... Et le storytelling, c'est justement l'art de raconter les histoires !

## Le storytelling : hier et aujourd'hui

En psychologie clinique du développement humain, la conception des premiers récits commence avec la **capacité d'abstraction et de symbolisation** de l'enfant. La pensée abstraite ou capacité d'abstraction

désigne « la capacité de l'esprit à créer et utiliser des concepts dans le raisonnement » (Wikipédia, 2020). C'est un processus intellectuel de passage du concret à l'abstrait. La symbolisation désigne quant à elle « toute forme de représentation — corporelle ou psychique — à fonction de communication ou non chez l'être humain ». (Golse, 2013) C'est, entre autres, la capacité de l'enfant de se représenter l'existence d'un objet sans que celui-ci soit présent. Selon Piaget (Wikipédia, 2021), ces capacités s'acquièrent par stades successifs jusqu'à la fin de l'adolescence.

Les paléoanthropologues<sup>1</sup> situent ce fonctionnement de la pensée humaine avec l'apparition de l'Homo Sapiens. Bien que des études récentes (Barthélémy, 2018) tendent à démontrer que notre cousin Néandertal aurait déjà eu cette capacité.

Les histoires existent donc depuis l'origine de l'être humain. Et loin de disparaître, sa capacité à raconter des histoires n'a fait qu'augmenter au cours des siècles. L'expérience narrative est quotidienne : histoires de proches, séries télé préférées, romans passionnants, storytelling marketing, réseaux sociaux, etc.

Nous pourrions même avancer que la narration serait un **dispositif de survie** chez l'homme car les histoires permettraient d'enseigner à nos pairs les règles pour survivre en société. Comme dans le conte des *Trois petits cochons* qui nous apprend que l'anticipation et le courage nous permettent de faire face aux aléas de la vie. Les récits seraient alors les **garants de la collaboration et de la coopération** dans la survie d'un groupe. Le conteur serait même, selon une équipe de chercheurs de l'University College de Londres (Rivierre, 2019, p. 37), l'un des rôles les plus valorisés pour la survie du groupe. Ceux-ci ont mené une expérience sur la corrélation entre la popularité de certains individus et la reconnaissance des compétences physiques et sociales. Pour ce faire, ils ont demandé à 300 Aeta (des chasseurs-cueilleurs philippins) quelles seraient les 5 personnes avec lesquelles ils souhaiteraient vivre. Le **conteur** d'histoire avait deux fois plus de chances de figurer parmi ces personnes « idéales » que ceux ayant des compétences dans des activités dites cruciales pour la communauté. Le résultat de cette expérience a été reconduit dans plus de 70 groupes de chasseurs-cueilleurs à travers le monde.

### Des histoires pour mieux apprendre...

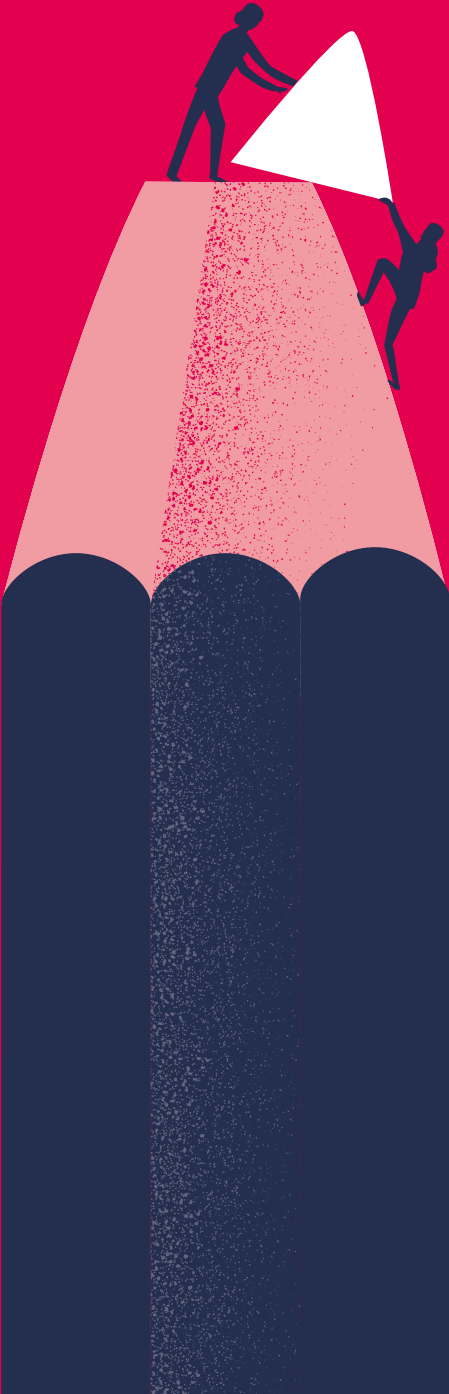
Dès le plus jeune âge, les histoires sont un moyen d'apprentissage et de mémorisation indéniable, ayant la capacité incroyable de modifier les connexions neuronales des individus.

Les récits permettent de **structurer la pensée**, constituant des grilles d'analyse de l'information. Baptiste Campion (Rivierre, 2019, p. 72), pour prouver cette hypothèse, a réalisé une expérience en divisant

## Une histoire d'éthique...

Attention, les récits ont un grand pouvoir d'influence et peuvent malheureusement parfois être utilisés à des fins peu morales. L'histoire en est témoin... Les plus grandes dictatures en ont toujours été très conscientes. Hitler, Staline, César, Mao, Saddam Hussein et d'autres encore ont écrit ou réécrit l'Histoire, du moins leur version, afin de légitimer leurs actes ou pour mieux imposer leurs idéaux. Le terme « storytelling » est d'ailleurs apparu en politique dans les années 90 aux États-Unis. Les responsables communication se sont aperçus que « *pour convaincre un électeur il était plus efficace de lui raconter une histoire que de le raisonner ou de chercher à le convaincre par la logique* ». (Meuleman, 2009, p. 58)

Le marketing exploite également ce pouvoir de narration. La plupart des publicités nous racontent une histoire pour nous faire consommer. Prenons l'exemple de ce très cher Père Noël ! Durant les années 30, les boissons gazeuses étaient saisonnières et peu consommées en hiver. Quoi de mieux pour Coca Cola que d'associer sa marque au bedonnant préféré des enfants (qui devait sûrement avoir une petite soif après sa longue tournée de distribution de cadeaux) pour faire acheter cette boisson en toutes saisons ?

A large, stylized illustration of a pencil dominates the left side of the page. The pencil is oriented vertically, with its tip pointing downwards. The body of the pencil is a light pink color, while the eraser at the top is a darker pink. Two small, dark blue silhouettes of human figures are positioned on the pencil. One figure stands on the eraser, leaning forward as if to place or adjust a large, white, triangular object. The other figure is positioned lower on the pencil's body, reaching up towards the same object. The background is a solid, vibrant pink.

64 élèves en 3 groupes, pour comprendre le fonctionnement de la formation d'une carie. Le 1<sup>er</sup> groupe devait simplement lire les informations sans aucune narration. Le 2<sup>e</sup> groupe recevait un récit contenant les mêmes informations mais inscrites dans un texte narratif. L'histoire et les informations restaient clairement distinctes. Le 3<sup>e</sup> groupe, quant à lui, recevait l'information incorporée dans le récit. Lorsque ces élèves ont dû faire un résumé de leur lecture, les groupes 2 et 3 avaient des dessins et des résumés bien plus élaborés que le premier groupe. Leur vocabulaire était plus varié pour restituer leurs connaissances et les liens étaient plus fins entre les éléments étudiés.

Selon les chercheurs Champion, Carion et Marion (Rivierre, 2019, p. 73), les histoires nous aident également à **décoder le monde**. Elles permettent de le décrypter et de lui **donner un sens**. Pour y parvenir, elles utilisent le mécanisme des liens « de cause à effet », qui fait écho à notre façon de penser et de rendre le monde cohérent et logique. Certaines expériences ont d'ailleurs été menées en 2015 par Cohen, Shavalian et Rube (Rivierre, 2019, p. 73) et ont prouvé qu'une histoire désarticulée, en désordre, sans aucun fil conducteur, freinait sa compréhension, notamment par les participants à une formation.

Le rôle fondamental des émotions au cœur de l'apprentissage<sup>2</sup> n'est plus à démontrer. Or un bon récit nous transporte, nous captive, nous émeut ! Cette **fonction émotionnelle** du récit stimule la production de différentes hormones dans le cerveau, ancrant plus profondément les informations dans le cortex cérébral. Par exemple, grâce au suspens d'une histoire, le cerveau produit de la dopamine qui favorise la concentration et la motivation et enclenche notre mémoire à long terme. En développant un lien d'empathie avec les personnages, nous créons de l'ocytocine, encourageant la générosité, la confiance et nous

rendant plus apte à créer une relation avec notre interlocuteur. L'endorphine, elle, se développe avec le rire et permet d'être plus détendu, plus créatif et plus concentré. (Phillips, 2017)

Les récits **facilitent la mémorisation**. Plus puissant encore, pour Schank (Rivierre, 2019, p. 83), l'acte de construire une histoire crée automatiquement la structure qui permettra de la mémoriser. Ainsi, l'incapacité – hypothétique – de créer des histoires nous condamnerait à vivre sans mémoire, qui constitue pourtant un des piliers de la connaissance. En 1980, des chercheurs de l'université de Californie (Rivierre, 2019) ont testé les capacités de mémorisation humaine à partir d'un texte narratif et d'un texte informatif. La sentence est sans appel : les textes narratifs sont lus deux fois plus vite mais ils sont également deux fois mieux mémorisés.

Notons enfin que le cerveau active et stimule, lors d'un récit, les mêmes zones que celles activées lors de **l'expérience réelle**. (Speer, 2009) En effet, c'est prouvé qu'on apprend et mémorise mieux lorsqu'on expérimente. Il active aussi les mêmes zones chez le conteur et chez le récepteur. (Hasson, 2016) On nomme cette capacité neuronale les **neurones miroirs**. C'est notamment par imitation neuronale que les bébés apprennent comment former leurs premiers mots, en regardant et en écoutant leurs parents communiquer avec eux.

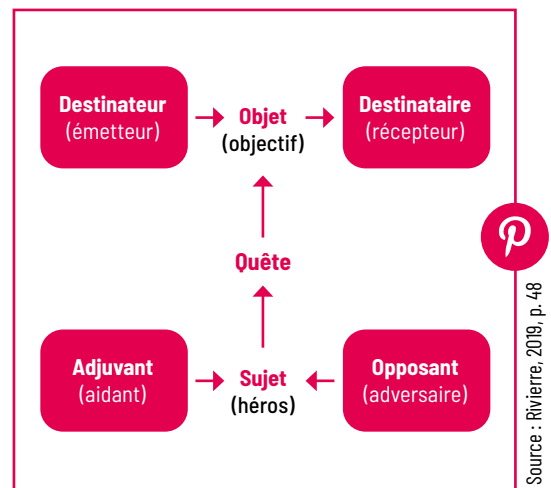
Malgré leurs **plus-values notoires pour l'apprentissage**, dans notre société, les récits n'occupent qu'une place diffuse et décroissante à l'école, de la maternelle au supérieur. L'enseignement et le corps professoral semblent notamment douter de son efficacité et lui préfèrent souvent le raisonnement analytique (comme le démontrent les travaux de la chercheuse D. Moorman). (Rivierre, 2019, p. 69) La science est pourtant catégorique sur ce point : conter une histoire est d'une redoutable efficacité pour apprendre plus vite et plus efficacement !

## L'art de raconter en formation

Si c'est tellement efficace de raconter des histoires, comment fait-on pour en construire une, notamment dans un but pédagogique ? Pas si simple de raconter une histoire qui engagera les participants d'une formation et les soutiendra dans leurs apprentissages ! Il n'existe pas de baguette magique mais bien quelques **codes** pouvant aider à pratiquer le storytelling en formation. Comme le dit Stanton, toute bonne histoire doit nous faire une promesse : « *celle qu'elle nous mènera quelque part qui vaut la peine d'y consacrer du temps.* » (Stanton, 2012)

## Le schéma actanciel de J. Greimas

Le schéma actanciel est l'une des grilles mettant en évidence les caractéristiques d'une histoire qui **engage** les participants. Le linguiste et sémioticien<sup>3</sup> J. Greimas a analysé de nombreux récits et a pu en dégager certains **ingrédients indispensables** :



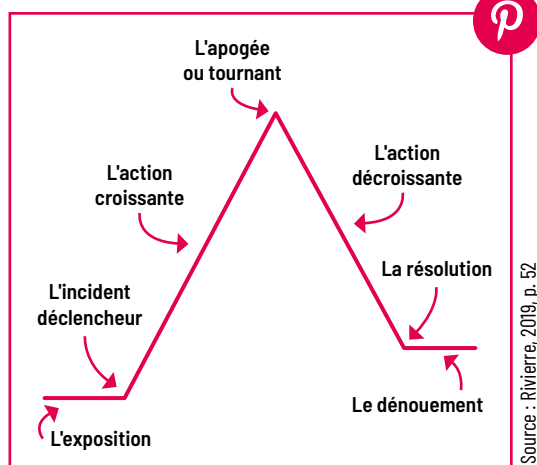
- **Le sujet ou héros** : le personnage que l'on suivra tout au long de l'histoire. (ex : le père de Némó, Marvin)
- **L'objet ou objectif poursuivi par le héros** : le but à atteindre par le héros. (ex : pour Marvin, retrouver Némó et protéger sa famille)

- **Le destinateur** : l'élément déclencheur de l'histoire, parfois appelé « appel à l'aventure ». C'est ce qui pousse le héros à passer à l'action pour atteindre son objectif. (ex : Némé se fait enlever à son père par les humains)
- **Le destinataire** : celui qui bénéficie de l'action du héros. (ex : Némé, mais aussi Dory)
- **L'adjuvant** : la ou les rencontre(s) que le héros fait au cours de l'histoire, ceux qui vont l'aider et le soutenir dans sa quête. (ex : Dory, les tortues, les baleines...)
- **L'opposant** : le ou les élément(s) de l'histoire qui vont tenter (et peut-être même réussir), pas toujours de façon intentionnelle, d'empêcher le héros d'aller au bout de sa quête. (ex : les humains, le vaste océan, les pertes de mémoires de Dory...). Sans eux, pas d'histoire, car pas de péripéties.

Aussi, Stanton, cinéaste chez Pixar, délivre quelques astuces pour rendre un **personnage attachant** et créer **l'empathie**<sup>4</sup> chez les participants. Celui-ci doit avoir du caractère. Il traverse son histoire motivé par un objectif interne, dominant et inconscient, qu'il s'efforcera d'atteindre (ex : pour Wall-E, trouver la beauté). Cette motivation peut l'amener à poser des actions bienveillantes et altruistes ou néfastes et égoïstes (ex : Woody est égoïste car il veut être le jouet préféré d'Andy). L'important n'est pas qu'il atteigne son but, mais qu'on aime le voir essayer. Aucun personnage n'est parfait, à l'image des humains imparfaits que nous sommes. C'est d'ailleurs ce qui nous permet d'entrer en empathie avec ces derniers. De cette manière, les différents éléments du récit résonnent chez les participants, qui peuvent **s'investir émotionnellement** dans le périple des actants et **vivre à travers eux** les différentes péripéties. (Stanton, 2012)

## Les 7 grandes étapes de G. Freytag

« Dans sa poétique, Aristote précise que toute histoire requiert un début, un milieu et une fin » (Rivierre, 2019, p. 51). G. Freytag a décrit les grandes **étapes de construction d'un récit** de la façon suivante :



Source : Rivierre, 2019, p. 52

1. **Situation initiale (exposition)** : c'est le point de départ de l'histoire. Le narrateur place le contexte. Il donne une description du sujet et de son cadre de vie. Il répond aux questions : quand ? où ? qui ? quel est le sujet ? pourquoi ?
2. **Élément perturbateur (incident déclencheur)** : c'est l'arrivée de l'élément inattendu, qui rompt l'équilibre de la situation initiale et pousse l'histoire à évoluer.
3. **Action croissante** : à cause de l'élément perturbateur, le héros passe à l'action pour tenter de rétablir la situation initiale. Il traverse alors de nombreuses embûches et relève plusieurs défis.
4. **Climax ou apogée** : la tension est à son maximum, le héros affronte son plus grand challenge.
5. **Action décroissante** : pour rétablir la situation initiale, le héros remet de l'ordre dans tous les éléments qui ont évolué au cours du récit. (Les étapes 3, 4 et 5 sont souvent regroupées et appelées « péripéties »).
6. **Résolution** : le problème, posé au départ de l'histoire par l'élément perturbateur, trouve une solution. Cette solution n'est pas forcément celle souhaitée par le héros ou espérée par l'auditeur.
7. **Dénouement ou situation finale** : suite aux différentes rencontres et péripéties, le personnage principal a changé intérieurement.

La situation se stabilise pour trouver un nouvel équilibre, positif ou négatif pour le héros (ex : mort du protagoniste principal).

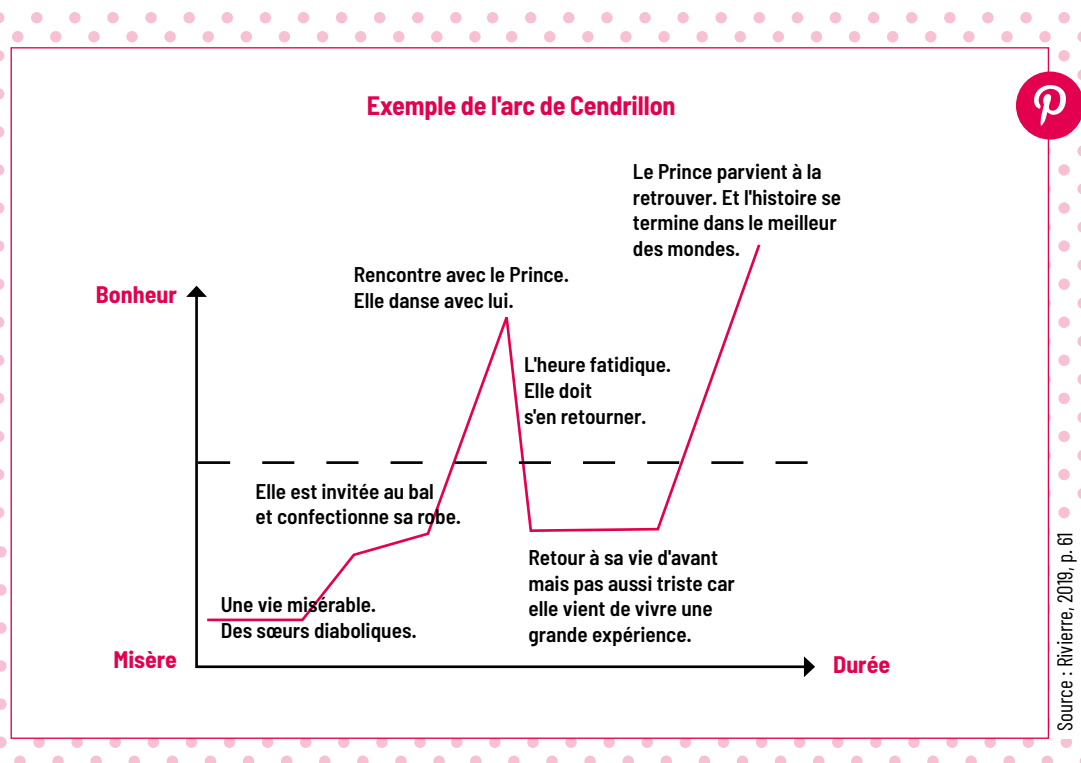
Ces 7 grandes étapes doivent être conduites par une unique thématique — **un fil rouge** —, ce même fil qui permet de **donner un sens** et de **structurer la pensée** des participants par des liens de cause à effet. L'histoire peut ne pas se structurer dans le temps de façon linéaire tout en rendant lisible cette évolution narratrice qui permet au participant de suivre (ex : *L'effet papillon* ou *Mr. Nobody*).

Pour autant, il est important de **conserver des inconnues** dans l'histoire. Stanton rappelle dans sa conférence TedX, le plaisir qu'a le cerveau humain à résoudre des problèmes. L'absence de certaines informations, sur ce que pensent ou aiment les personnages, est indispensable pour l'auditeur. Son cerveau est attiré par la recherche des réponses,

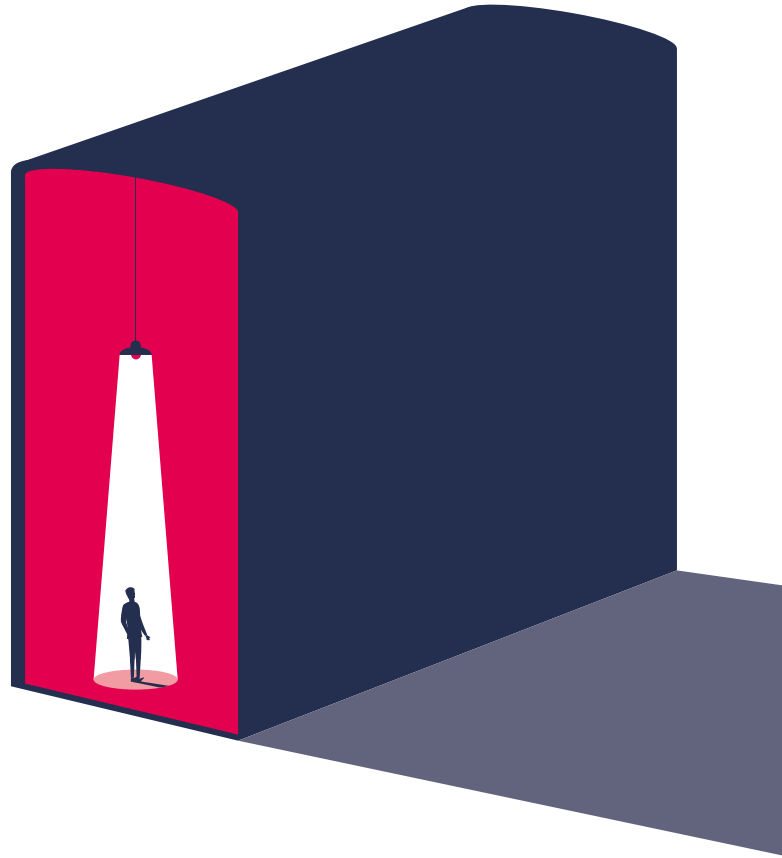
ce qui le fait d'autant plus rentrer dans l'histoire. Ces mystères, créant des inconnues que l'on ne peut s'empêcher de compléter en les inventant soi-même, sont comme des aimants qui aiguissent notre curiosité. (Stanton, 2012) Et celle des participants à une formation !

### L'arc dramatique de Cendrillon de K. Vonnegut

Dans une thèse présentée en 1981 à l'université de Chicago, K. Vonnegut (Rivierre, 2019, p. 60) s'est intéressé aux émotions véhiculées dans les récits et qui participent à leur dynamique. Il a ainsi mis en évidence des arcs qui permettraient de **capter l'attention** des participants, de les **maintenir concentrés** en les tenant en haleine. Selon lui, **6 arcs narratifs** sont récurrents (certains portent d'ailleurs le nom de récits célèbres) :



Conter une histoire  
est d'une redoutable  
efficacité pour  
apprendre plus vite et  
plus efficacement !



- De la misère à la richesse (ascension)
- De la richesse à la misère (chute)
- Au fond du trou (chut puis ascension)
- Icare (ascension puis chute)
- Œdipe (chute, ascension puis chute)
- Cendrillon (ascension, chute, ascension)

Ces arcs permettent de visualiser l'importance de l'alternance émotionnelle dans les récits. Il faut **introduire du suspense**, laisser le participant douter de la fin. Le héros va-t-il résoudre son problème initial ? Il peut même y avoir plusieurs sous-intrigues dans l'histoire (ex : Marvin va-t-il retrouver Némø ? Dory va-t-elle perdre la mémoire et oublier Marvin ?). (Stanton, 2012)

**En conclusion**, les caractéristiques mises en évidence dans ces différents schémas soutiennent la construction et le fonctionnement d'une « bonne » histoire, qui facilite l'apprentissage et la mémorisation des participants à une formation. En stimulant l'empathie, favorisant l'engagement, captant l'attention, maintenant la concentration, structurant la pensée, etc., notamment via ces éléments, les récits favorisent l'ancrage neuronal d'une information, mais aussi l'assimilation d'idées complexes de façon simple et presque instinctive. Et si l'histoire est bien construite, les participants auront peut-être même envie de la raconter à leur tour, ce qui renforcera leur mémorisation et fera découvrir à d'autres individus les idées que l'on a voulu transmettre. Alors, essayons-nous au storytelling en formation, non ?!

## Storytelling, en avant !

Certes, les histoires partagées peuvent poser un problème éthique, lorsqu'elles sont utilisées à des fins peu glorieuses de manipulation. Cependant en formation, « *l'objectif du storytelling est de permettre à l'apprenant d'assimiler un contenu de formation plus ou moins complexe de façon simple et quasi intuitive. L'ambition est exclusivement pédagogique* », comme l'indique L. Clément (docendi, 2019).

**N'ayons pas peur de nous lancer... Pour commencer à pratiquer le storytelling, pourquoi pas d'abord fouiller dans les histoires déjà existantes ? De nombreux récits peuvent se prêter à une utilisation en formation, tant dans leur forme que dans leur fond. Ceux-ci peuvent, par exemple, être utilisés en début ou en fin d'activité, pour introduire un sujet ou pour poursuivre une réflexion. L'aventure est plus belle encore lorsque l'on crée sa propre histoire, pour coller exactement aux objectifs de formation fixés. La pratique est essentielle, plus on raconte, mieux on raconte (Golse, 2013, p. 32). En gardant toujours à l'esprit que les plus belles histoires suscitent avant tout l'émerveillement.**

Jean Paul Sartre : « *Pour que l'évènement le plus banal devienne une aventure, il faut et il suffit qu'on se mette à le raconter.* » (Coste & Bigeard, 2014, p. 30)

Maëlle MIGNOLET ■

## Sources

- Coste, P. & Bigeard, M. (2014). *Former par les contes. Recueil de contes et mode d'emploi pour les formations*. Mayenne : Eyrolles.
- docendi. (2019, Janvier). *Storytelling en formation : racontez des histoires pour engager les apprenants*. Extrait de : <https://www.docendi.com/blog/storytelling-formation-racontez-histoires-engager-apprenants/>
- Golse, B. (2013). De la symbolisation primaire à la symbolisation secondaire. Plaidoyer pour un gradient spatio-temporel continu autour de la notion d'écart. *Cahiers de psychologie clinique* (40), pp. 151-164. Extrait de : <https://www.cairn.info/revue-cahiers-de-psychologie-clinique-2013-1-page-151.htm#no2>
- Hasson, U. (2016, Février). *Votre cerveau et la communication*. Extrait de : [https://www.ted.com/talks/uri\\_hasson\\_this\\_is\\_your\\_brain\\_on\\_communication?language=fr](https://www.ted.com/talks/uri_hasson_this_is_your_brain_on_communication?language=fr)
- Meuleman, F. (2009). *Storytelling : On va tout vous raconter...*. Belgique : Edipro.
- Phillips, D. J. (2017, Mars). TEDxStockholm. *The magical science of storytelling*. Stockholm.
- Rivierre, A. (2019). *L'Homme est un conteur d'histoires*. Vanves : Hachette Marabout.
- Speer, N. K. & al. (2009, Aout). Reading Stories Activates Neural Representations of Visual and Motor Experiences. *Sage Journal*. Extrait de : <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1111/j.1467-9280.2009.02397.x>
- Stanton, A. (2012, Février). *Les idées pour une bonne histoire*. Extrait de : [https://www.ted.com/talks/andrew\\_stanton\\_the\\_clues\\_to\\_a\\_great\\_story?language=fr#t-265356](https://www.ted.com/talks/andrew_stanton_the_clues_to_a_great_story?language=fr#t-265356)

## Notes

1. « *La paléanthropologie, ou paléontologie humaine, est la branche de l'anthropologie physique ou de la paléontologie qui étudie l'évolution de la lignée humaine.* » (Wikipédia, 2020)
2. Voir les cahiers Ancre « *L'intelligence émotionnelle en contexte de formation* » et « *Comment apprend-on ? Le regard des neurosciences* » de RÉSONANCE.
3. « *Linguiste, spécialiste de l'étude des signes, des symboles et de leur signification.* » (Wiktionnaire, 2020)
4. « *L'empathie est la reconnaissance et la compréhension des sentiments et des émotions d'un autre individu.* » (Wikipédia, 2018)