

Self-Help et bien-être : la prescription dans la culture de masse

Self-Help and Well-Being : Prescription in Mass Culture

Vanina Papalini



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/6953>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.6953

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2012

Pagination : 301-318

ISBN : 978-2-8143-0130-6

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Vanina Papalini, « *Self-Help* et bien-être : la prescription dans la culture de masse », *Questions de communication* [En ligne], 22 | 2012, mis en ligne le 31 décembre 2014, consulté le 19 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/6953> ; DOI : 10.4000/questionsdecommunication.6953

> NOTES DE RECHERCHE

VANINA PAPALINI

Centro de Investigaciones y Estudios sobre Cultura y Sociedad
Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Argentine
vaninapapalini@gmail.com

SELF-HELP ET BIEN-ÊTRE : LA PRESCRIPTION DANS LA CULTURE DE MASSE

Résumé. — On développera ici les principales caractéristiques des livres de bien-être en les cadrant par une réflexion synthétique sur la culture de masse. Ainsi proposons-nous d'établir les traits discursifs du genre de bien-être, compris dans le domaine des genres biographiques, en faisant principalement référence à la théorie des genres de Mikhaïl Bakhtine. Pour cela, nous fondons sur l'analyse discursive de 60 ouvrages. Le but de cette investigation est de considérer le discours de bien-être et de développement personnel comme un récit prescriptif tendant à construire un nouveau modèle de subjectivation sociale.

Mots clés. — Bien-être, culture de masse, genres littéraires, Bakhtine, genres biographiques, industrie culturelle, subjectivité.

Un siècle après son apparition, la culture de masse semble avoir accompli les prophéties émises à son égard : d'une part, la société se montre « de masse » en s'homogénéisant par la consommation et la dépersonnalisation de processus sociaux chaque jour plus abstraits et, d'autre part, elle se proclame société plurielle, forgée à la mesure des opinions individuelles, où chaque position est spécifique et chaque histoire unique. La communication médiatique semble être autant l'expression que le moteur de ce paradoxe. Mais la contradiction n'est qu'apparente. Nous essaierons de montrer que la sérialité n'est pas incompatible avec l'appel à la singularité. Ce sont les formats mêmes de la culture de masse qui fournissent un exemple de leur union paradoxale. Les genres biographiques en général, et ceux qui dans le monde francophone sont désignés sous la catégorie de bien-être et de développement personnel (« *self-help* », en anglais) en particulier offrent un vaste terrain d'étude de ce problème.

D'abord, il paraît nécessaire d'examiner ce qu'il en est de la catégorie centrale, c'est-à-dire des livres qu'il convient de nommer, par traduction de l'anglais, « d'auto-aide ». Les paysages éditoriaux des États-Unis et de l'Espagne, ainsi que tous ceux du monde hispanophone américain – subsidiaires des politiques éditoriales de ces deux pays –, constituent un univers unifié : on y utilise le même classement pour désigner les livres. En revanche, la France nécessite l'analyse d'autres indicateurs qui permettent d'appréhender un phénomène moins immédiatement saisissable : réticences à se plier aux modes ayant leur origine au-delà des frontières nationales, ni les maisons d'éditions ni les librairies n'utilisent cette appellation. La désignation de ce qui constitue, de notre point de vue, une série homogène, se fragmente en diverses dénominations – livres de développement personnel, de bien-être, de psychologie populaire et, en certaines occasions, livres pratiques ou de management – ce qui rend difficile le recensement de ces textes en tant qu'ensemble intégré¹.

L'objectif de cette contribution est de proposer une introduction au sujet des livres de bien-être et de développement personnel en posant sa définition stylistique et de donner une esquisse générale de ses caractéristiques essentielles. Nous présentons la définition de ce genre – en utilisant, pour résumer, la dénomination des livres de bien-être – en le délimitant par une réflexion synthétique sur les caractéristiques spécifiques de la culture de masse (Rioux, Sirinelli, 2002). L'apport original de ces lignes est la caractérisation du genre relatif au bien-être. Bien sûr, quelques articles en signalent certains aspects discursifs et les mettent en rapport avec des genres déjà existants : comme le signale Norbert Elias (1979), les livres de bien-être ont été définis comme des manuels pratiques en vue d'un nouveau processus civilisateur

¹ Le classement utilisé par les librairies est peu précis et ne peut être utilisé pour élaborer un cadre analytique. La rubrique « bien-être » inclut souvent des thérapies orientales (par exemple, feng-shui, yoga, réflexologie), des livres *new age* et parfois des livres ésotériques ou des guides d'endroits calmes. Le développement personnel peut comprendre des livres de psychologie populaire, des livres très proches du management (sur le succès, la communication efficace, etc.) jusqu'à des guides de santé ou d'exercices.

(Ampudia de Haro, 2006). La littérature *self-help* a aussi été comprise comme une expression du nouveau narcissisme (Lasch, 1979) ou d'une réflexivité prometteuse (Giddens, 1991 ; Redden, 2002 ; Adams, 2004). Elle a également été analysée au regard du management, extrapolée à la vie quotidienne comme un style de gestion des activités de tous les jours (Hancock, Tyler, 2004 ; Larsson, Sanne, 2005) et comme un modèle pour établir des liens interpersonnels (Hochschild, 2003), un produit de la culture thérapeutique (Illouz, 2006, 2008), une psychologie populaire (Hazleden, 2003) ou comme une dérivation de la spiritualité *New Age* (Heelas, 1996). Mais aucun de ces travaux ne s'intéresse à établir les critères généraux de classement du genre. Dans ce contexte, le défi à relever présente une certaine difficulté.

Le cadre théorique et méthodologique se fonde sur la théorie des genres de Mikhaïl Bakhtine. Le linguiste russe est un auteur clé pour l'analyse des problèmes auxquels nous nous confrontons : les œuvres de celui-ci et de son disciple, Valentin Volochinov, développent des théories du langage, des genres littéraires et non littéraires et, de l'idéologie (Bakhtine, Volochinov, 1977). Du point de la vue empirique, nous avons constitué un corpus de 60 livres divers, détaillés à la fin de cet article, de différentes dates de publication, d'auteurs francophones et hispanophones ainsi que des traductions de l'anglais, sous l'hypothèse de la mondialisation des industries culturelles et par conséquent, de l'homogénéité des traits les plus importants qui circonscrivent chaque genre dans la littérature de masse. Selon une idée extraite et adaptée de la recherche qualitative, le procédé utilisé est celui de l'échantillonnage théorique – en partant du recueil d'un échantillon vaste et hétérogène – et de la saturation (Denzin, Lincoln, 1994). Il s'agit de livres édités depuis 1936, date la plus ancienne à laquelle nous avons trouvé ce type de littérature, et spécialement des meilleures ventes de la décade de 1990-2000. Ce corpus étendu – détaillé à la fin de cet article – renferme des livres qui appartiennent potentiellement au genre en question. À partir de la lecture et de la systématisation des caractéristiques partagées, et en tenant compte des déterminations générales que propose Mikhaïl Bakhtine pour établir les paramètres d'un genre, la définition émerge. De plus, la distinction analytique permet de différencier les textes qui ne correspondent pas à cette rubrique.

Des genres intimistes

La culture de masse se distingue traditionnellement par la sérialité de la reproduction de ses formes symboliques, le caractère stéréotypé de ses contenus et une orientation évidente vers la consommation, rendue manifeste par le *format-marchandise* de ses produits. Les caractères de massification et d'égalisation que provoque l'activité des industries culturelles ont déjà fait l'objet d'une discussion particulière (Adorno, Horkheimer, 1947 ; Swingewood, 1979). En revanche, *son effet de personnalisation*, la façon par laquelle, écrivait Louis Althusser (1965), elle interpelle les sujets en tant qu'individus, semble avoir été moins travaillée. Cet aspect demande donc un regard plus attentif.

De façon emblématique, *l'individualité* est au centre des remises en cause établies par les médias depuis leurs débuts et se présente aussi bien dans les genres nouveaux que dans les genres anciens aux formats recyclés. Au moyen de ces derniers, apparaît un « domaine biographique » en croissance qui obéit à la consigne médiatique classique d'« incarner » les événements dans une identité singulière (Arfuch, 2002). L'étape actuelle de la culture a favorisé l'apparition de nouveaux genres et formats mettant en scène le quotidien, l'intériorité, l'intimité de chaque être, de la même façon qu'elle a revitalisé et rénové des genres anciens aux caractéristiques similaires. Les récits de vie, les reportages, les entretiens, les témoignages et les confessions sont des formes de narration ayant intégré la scène médiatique dès ses débuts et ayant été, dernièrement, mises à jour et ré-impulsées.

En partie comme élément propre de la logique informative – qui rend compte de la contingence, de ce qui arrive par hasard, à travers le format de la chronique et de la bouche même des acteurs –, en partie par besoin de donner un visage à des circonstances anonymes et de personnifier par des vies concrètes de vastes processus sociaux, les vécus singuliers sont souvent intégrés au discours des médias. Ces formats adoptent la narration de la vie comme axe principal en se focalisant particulièrement sur les aspects subjectifs, dont les émotions. Les récits engagent le spectateur qui « fait partie », qui adhère à telle ou telle cause, qui est poussé à se mettre à la place de l'autre (Boltanski, 1993). La façon d'attirer l'attention du public varie selon le genre, mais ils ont tous en commun une tendance à élaborer des identifications par le truchement d'un reflet direct.

Les narrations contemporaines ne racontent pas seulement des intimités de vedettes, mais aussi des histoires au-delà des vies rutilantes. Pour Mikhaïl Bakhtine, il s'agit du modèle de la biographie quotidienne. Dans celui-ci, le noyau distinctif est fondé sur des valeurs sociales, de groupe, familiales ainsi que sur de multiples détails domestiques, vides d'une signification universelle, qui épuisent leur sens dans les espaces réduits des sphères du foyer. On ne parle pas d'événements extraordinaires, mais d'événements ordinaires, monotones, triviaux (Bakhtine, 1979). L'identification de ce deuxième type de récits paraît alors évidente : ce sont les vies de tout un chacun. Dans une autre analyse des genres faisant partie du « domaine de la biographie », Leonor Arfuch établit la préférence actuelle des médias pour cette forme d'énonciation du moi. Cette heureuse cohabitation entre les genres biographiques et les médias, qui caractérise la culture de masse contemporaine, se fonde sur les besoins des uns et les caractéristiques des autres. Les biographies quotidiennes agissent comme une source d'authentification, elles effacent les traces de la construction médiatique et laissent une empreinte personnelle qui particularise les individus et maintient en vie la possibilité d'une inscription affective (Arfuch, 2002 : 7-66). Dans les *talk-shows* (« débats télévisés) et les *reality shows* (« télé-réalités »), par exemple, la simple exhibition de la sphère domestique met à découvert la banalité des vies prises individuellement et transposées en deux

dimensions, sans l'épaisseur du vécu. En revanche, on insiste sur le média qui rend possible cette transparence. Le succès dont jouissent les célébrités éphémères des médias tient au fait d'atteindre l'espace public. Cependant, la condition est d'être prêt à *tout montrer*, à dévider son intimité face à l'audience.

Le déplacement effectué vis-à-vis des préférences de genres éclipse les acteurs exceptionnels et les remplace par des figures banales. Cette préférence met en évidence une transformation d'époque, ce qui, selon Mikhaïl Bakhtine (1979), donne le « ton », la couleur affective particulière d'un moment historique. Dans la narration de la quotidienneté, ce sont des affaires modestes qui sont évoquées et qui prétendent recréer la biographie. Le récit se construit de façon telle que le sujet se reconnaît comme acteur à l'intérieur d'une trame, de l'ordre d'un récit, d'une séquence unifiée dans laquelle se manifeste son identité comme fil conducteur, comme volonté et mission. Concernant la représentation médiatique, ces petits récits ne parlent pas de la force, mais plutôt de la faiblesse et de la souffrance incarnées dans une histoire personnelle. Ils placent le public face à la douleur, à l'échec, au besoin et au misérable succès. La fraction isolée manque de signification mais les publics récupèrent leurs horizons communs en s'identifiant à ces portions qui légitiment leurs propres existences.

Livres de bien-être

Ce que l'on appelle « littérature *self-help* », comprenant des livres de bien-être, de développement personnel, de psychologie populaire, etc., fait partie de cet univers de petits récits qui configure un phénomène aux caractéristiques particulières travaillant activement à la formation des subjectivités du monde contemporain². La diffusion de ces textes – comprenant la production bibliographique directement ou indirectement liée à ce sujet, comme sa présence dans les médias – est particulièrement notable pendant les dernières années : bien que le classique *How to Win Friends and Influence People* ait été publié dans les années 40 (Carnegie, 1936), sa circulation n'augmente et ne se généralise que dans les années 90³. À partir de là, sa présence sur le marché de l'édition n'a cessé de grandir. Le genre « bien-être » n'apparaît pas seulement dans l'industrie éditoriale. Dans de nombreuses émissions de radio et de télévision, dans les magazines pour femmes ou la presse, s'expriment des experts, des psychologues, des *coaches* (« entraîneurs »), ou des personnes qui parlent de leurs expériences, qui offrent des conseils pour affronter la vie, améliorer les relations interpersonnelles ou résoudre les problèmes au travail.

² Les données de ventes ne sont pas facilement accessibles. De surcroît, l'appellation « *self-help* » est fragmentée en différentes rubriques. Les Repères statistiques publiés par le Syndicat national de l'Édition (2008, 2009, 2010) française et le dossier « Santé et bien être » de la revue *Libres Hebdo* (2005 ; 2006) soulignent l'importance et le dynamisme des ventes de ce secteur.

³ Ailleurs (Papalini, 2010), nous essayons d'établir une périodisation qui propose quatre étapes : naissance (1930-1950), rébellion (1950-1970), réacheminement (1970-1990), expansion (1990-2010).

Ainsi le genre du bien-être peut-il être considéré comme un nouveau genre de la culture de masse puisqu'il semble être doté des mêmes attributs que les produits propres aux industries culturelles. En tant que produits élaborés selon ces paramètres, les livres de bien-être répondent à un processus rationnel intentionné dans lequel intervient une composante technique spécifique et dont les règles d'édition et de circulation des livres répondent à la logique de l'obtention de bénéfices. Dans la liste ci-dessous, on peut voir une sérialisation pour laquelle une même idée est exploitée abondamment par un auteur – Sean Covey et sa famille – devenu *marque déposée* :

Tableau 1. Exemple de sérialisation d'une même idée : S. Covey et sa famille⁴.

<i>Daily Reflections for Highly Effective People</i> , 1994 [1997]
<i>Renewal : Nourishing Body, Mind, Heart, and Soul (The Portable 7 Habits Series)</i> , 1999
<i>The 7 Habits of Highly Effective People (miniature)</i> , 2000
<i>Living the 7 Habits :The Courage to Change</i> , 2000
<i>The Power of the 7 Habits (Audio cd)</i> , 2000
<i>The 7 Habits Journal</i> , 2002
<i>Beyond the 7 Habits (Audio cd)</i> , 2003
<i>The 7 Habits of Highly Effective People (Audio CD)</i> , 2005 [2007]
<i>The 7 Habits Signature Series Set (Audio cd)</i> , 2006
Il y a aussi des CD pour chaque habitude :
<i>Habit 1, Habit 2, Habit 4, Habit 5, Habit 6, Habit 7</i> , 2006
<i>The 8th Habit</i> , 1990 [1995]
<i>The 8th Habit, (Audio cd)</i> , [2007].
<i>The 7 Habits of Highly Effective Families (avec Sandra Merrill Covey)</i> , 1997 [1998]
<i>The 7 Habits of Highly Effective Marriage (avec Sandra Covey)</i> , 2008
<i>The 7 Habits for Managers</i> , 2009
<i>he 7 Habits of Happy Kids (Sean Covey & Stacy Curtis)</i> , 2008.
<i>The 7 Habits of Highly Effective Teens (Sean Covey)</i> , 1999 [2005]
<i>Daily Reflections For Highly Effective Teens (Sean Covey)</i> , 1999
<i>The 7 Habits Journal for Teens (Sean Covey)</i> 2002
<i>The 7 Habits of Highly Effective Teens (miniature) (Sean Covey)</i> 2003
<i>The Choice is Yours :The 7 Habits Activity Guide for Teens (Sean Covey, Franklin Covey)</i> 2007 (Covey, 2009) ⁴ .

Comme la majeure partie de la culture de masse, ce phénomène répond à la mondialisation de la culture, reconfigurée selon les caractéristiques occidentales, en provenance des États-Unis principalement (Nehring, Papalini,

⁴ Accès : <https://stephencovey.com>. Consulté le 16/05/09.

2012). Les livres se ressemblent visiblement, bien que quelques auteurs soient locaux. Les médias et les maisons d'édition sont les agents de ce processus de mondialisation : ils ne transposent des éléments différents que de façon très marginale et n'adaptent aux goûts nationaux que très peu de formats, de contenus et de règles métropolitaines. Le *village global* semble impliquer, de façon fondamentale dans la production à grande échelle, une monoculture (Mattelart, 1996).

Le texte devient un *indice* de la culture qui le produit et une voie d'accès à sa compréhension (Peytard, 1995). Ainsi la compréhension implique-t-elle que l'on mette le texte en rapport avec d'autres récits de la culture contemporaine. Pour Mikhaïl Bakhtine, tout signe est déterminé par l'horizon social d'une époque et d'un groupe social donné. Il ajoute que, à chaque étape évolutive de la société, on retrouve un nombre spécifique et limité de thèmes présentés à l'attention de la société et sur lesquels cette attention dépose un accent de valeur (Bakhtine, 1977 : 47).

Selon ces postulats, nous pouvons dire que la présence de la subjectivité dans les discours contemporains est un thème central, qui s'exprime sous différents formats. Ceci est un sujet de recherche scientifique et il est traité dans diverses émissions de la vie quotidienne. Il est même à l'origine d'un ordre de justifications propres à la « formation discursive » (Foucault, 1969) postmoderne. Les livres de bien-être, à leur façon, reflètent une inquiétude très vaste et leur présence notoire exprime clairement à quel point cette préoccupation est ressentie par beaucoup.

Caractérisation du genre

Avant de définir les caractéristiques du genre du bien-être, nous devons signaler ce que nous entendons par « genre » : un « type de textes ou d'objets culturels ». Il s'agit d'« options de communications systématisées par l'usage [...] qui instituent dans leur récurrence historique, des conditions de prévisibilité dans différents domaines de la production et de l'échange culturel » (Steimberg, 2002 : 101)⁵. Comme on peut le constater, la définition du genre est sanctionnée par son usage ; un genre s'établit comme tel dans la mesure où il est possible de le reconnaître. Ces caractéristiques de prévisibilité sont fondamentalement associées au thème, aux caractéristiques rhétoriques et à la situation d'énonciation établie par rapport au récepteur et elles possèdent une véritable utilité au moment d'anticiper les traits de l'objet culturel.

Nous pouvons esquisser une caractérisation synthétique du genre. Ces spécificités sont ici présentées schématiquement :

⁵ Traduit de l'espagnol par l'auteure.

Tableau 2. Caractérisation résumée du genre de bien-être et développement personnel.

Thème général	
1	Dimension subjective comme fondement du changement de vie
Caractéristiques rhétoriques	
2	Utilisation dominante de la 2e personne en fonction conative ou du « nous » inclusif
3	Forte redondance
4	Utilisation d'exemples – moralisation, à partir de cas et de témoignages
5	Dimension interactive des diagnostics : tests (pas toujours présents)
6	Attribution de pouvoir au lecteur et de la faculté de modifier sa situation
Structure	
7	Présentation du problème, généralement sous la forme d'exemples et de témoignages
8	Typification des problèmes
9	Prescription des solutions sous la forme de recettes ou de démarches à suivre, très simples
10	Explicitation d'un discours qui légitime son efficacité pouvant être de différents types

Pour Mikhaïl Bakhtine (1979), la forme, l'organisation des ressources linguistiques et expressives qu'impliquent un genre et le sujet qui lui est propre sont des indicateurs d'une sensibilité, d'un souci et d'un mode de compréhension du monde qui correspond à un groupe social déterminé à un moment donné de son histoire. Ainsi ces éléments deviennent-ils une expression de la modalité spécifique d'approche du monde et de résolutions des problèmes que celui-ci présente. Cette modalité, en accord avec une des significations sociales les plus largement acceptées, offre une *technique* : dans un monde dans lequel la technologie semble être la méthode favorite de résolution des problèmes généraux de l'humanité – en remplaçant d'autres modalités de résolution possibles, telles la religion, la politique ou la philosophie –, le dispositif mis en place par la littérature de bien-être devient parfaitement compatible. Il ne s'agit pas simplement d'aborder le problème de la subjectivité, mais de lui fournir une porte d'évacuation. Les ouvrages que nous analysons se présentent comme autant de stratégies à portée de main afin de résoudre les malaises subjectifs.

La matière sur laquelle travaillent les livres de bien-être est la personne elle-même. Nous pouvons alors situer ce genre en tant qu'élément intégrant le domaine biographique, un domaine peuplé de genres orientés vers la dimension subjective. Dans cette catégorie, les textes sont caractérisés par l'effacement des traces fictionnelles comme processus d'authentification. Ici se dévoile également

le lien de parenté entre les livres de bien-être et les messages médiatiques : selon Leonor Arfuch, les « moments biographiques » de la narration médiatique ainsi que l'évènement raconté par les acteurs et les témoins directs sont capables d'engendrer une confiance provoquée par la plénitude de la présence et d'induire des effets de vérité et de certitude, même dans l'incertitude qui caractérise notre époque.

« Une semaine après la naissance de notre fille Laurent, ma femme, Bonnie, et moi, étions complètement épuisés » (Gray, 1992 : 9).

« Lorsque j'étais adolescent, je confondais volontiers négation, rejet des émotions et force de caractère. J'avais envie de rencontrer quelqu'un avec qui je pourrais partager mes pensées, mes centres d'intérêt et mes sentiments » (Branden, 1995 : 17).

Lorsqu'il ne s'agit pas de narration personnelle selon les dires de l'auteur, on fait appel à la narration biographique selon un tiers, *confessée* à l'auteur de l'ouvrage au sein de milieux d'interaction divers : son cabinet thérapeutique, un cours, un voyage ou des conversations occasionnelles. Dans d'autres cas, l'auteur-narrateur apparaît dans une attitude de recherche, se trouvant en présence de ces récits de vies appartenant à d'autres que lui, dans sa tentative d'exploration de l'âme humaine.

« J'ai récemment reçu en consultation une brillante avocate » (Branden, 1995 : 52).

« Mon expérience me montre quotidiennement » (Albert, 1994 : 13).

Cependant, la richesse du vécu est réduite et, pour que le récit puisse être résumé, on l'expurge de tout ce qui le singularise. Pour que la gestion de solutions stéréotypées soit admissible, le premier pas consiste à élaborer des typologies. Ainsi, les recettes, les décalogues et les instructions fournies atteignent-ils une portée universelle. Les livres de bien-être et de développement personnel renvoient aux récits de l'expérience, mais n'en font pas un évènement qui puisse avoir une incidence sur le déroulement de la vie et ainsi configurer un nouveau mode de vie. Au contraire, les témoignages revêtent, selon les canons de la culture de masse, le caractère du stéréotype. « À une femme qui lui demande : "Qu'est-ce qui ne va pas ?", un homme répondra : "Ça va !" La femme insistera : "Je sais que quelque chose te tracasse, qu'est-ce que c'est ?" » (Gray, 1992 : 91).

Les livres de bien-être prétendent étendre leur efficacité par-delà les limites du texte. On trouve alors une promesse conditionnée : si le lecteur suit la démarche préfigurée par le texte, il pourra saupoudrer son existence personnelle du bien-être sédatif présenté à lui comme bonheur. Leurs contenus conduisent à des situations sans risque – puisqu'ils ont déjà été mis à l'épreuve –, sans expérimentation – les pas préétablis par les livres doivent être suivis – et sans angoisse : bien au contraire, la finalité des livres de bien-être est de produire une sensation de bonheur à travers le réseau microscopique que tisse le texte. Quant à sa définition en tant que genre, cette promesse conditionnée constitue un de ses traits saillants.

Thème, style et composition

Selon la théorie bakhtinienne des genres discursifs, il y a trois aspects qui définissent le genre : le thème, le style et la composition ou la structure. À partir de l'identification des éléments propres aux livres de bien-être, nous postulons une définition du genre telle qu'elle permette d'en tracer les limites. Ainsi le premier aspect à prendre en compte est-il le thème. Il existe une grande variété de sous-genres dans ce que l'on appelle la « littérature de bien-être », selon le classement utilisé par les éditeurs et les distributeurs de ces ouvrages. Malgré le caractère flou de ses frontières, un élément commun à tous ces textes permet d'en unifier le genre : la littérature de bien-être traite la dimension subjective comme fondement d'un changement vital individuel ayant des fins instrumentales – surpasser la douleur, l'angoisse, influencer les personnes, développer certaines capacités, être à la tête de groupes humains, etc.

Concernant leur composition, on observe que les textes sont généralement structurés autour de la présentation d'un problème. Il est courant que le thème soit exposé *via* des exemples et des témoignages. Vient ensuite une typification qui *nomme* la situation décrite comme un type de problème particulier. Le cas individuel n'est plus unique, il représente un ensemble de situations similaires et atteint ainsi un niveau plus important de généralité. Des prescriptions universelles découlent de cette généralité, et proposent des solutions sous formes de recettes ou simplement de démarches à suivre. Il est fondamental de souligner que les textes rendent manifeste un discours socialement légitime par le biais duquel les techniques de bien-être proposées justifient leur efficacité. Ce discours légitimant peut être de plusieurs types. Dans tous les cas, il fait appel à un raisonnement fondé sur la science ou la casuistique. L'*enseignement* que l'on prétend impartir réclame une validation qui puisse soutenir son caractère général et atemporel.

Les deux fondements les plus utilisés sont de deux types : l'un scientifique ou pseudo-scientifique et l'autre à tendance religieuse. Dans ces textes, nous trouvons de nombreuses références au discours savant, allant du cognitivisme aux théories systémiques ; les mentions faites aux « capacités inconnues de l'intellect » y sont souvent évoquées également. Quelques exemples du discours savant sont : *Comment devenir un bon stressé* (Albert, 1994), *La peur des autres* (André, Légeron, 1995), *La communication efficace par la PNL* (De Lassus, 1992), *L'intelligence émotionnelle* (Goleman, 1997), *Vous n'aimez pas ce que vous vivez ? Alors, changez-le !* (Guilane-Nachez, 1995). Dans tous les cas, l'argumentation peut s'appuyer sur l'expérience – de l'autre, le professionnel-narrateur qui rend compte des cas traités, ou personnelle du narrateur, à la première personne, qui rend témoignage des circonstances vécues –, ou sur des théories en provenance de la psychologie ou des neurosciences. On fait aussi appel à un fondement *spirituel*, de l'ordre de l'humain et du cosmique, lié à une cosmovision du *New Age*. Ce dernier, qui constitue une forme religieuse, est une spiritualité flexible

et un discours légitimateur compatible avec d'autres croyances. Il s'agit, de plus, d'une justification fréquemment utilisée dans les livres de bien-être, car, tout comme la psychologie, il est orienté vers la reconfiguration de l'existence.

« L'Intelligence qui vous habite est la même que celle qui a créé toute cette planète. Faites confiance à votre Guide Intérieur : il vous révélera tout ce que vous avez besoin de savoir » (Hay, 2005 : 101).

« J'ai commencé à être plus introspective, en cherchant à alimenter mon esprit en plus de mon corps. J'ai atteint la conviction que j'étais entourée d'une force qui pouvait me guider, tant que j'en serais disposée et que je me laisserais aider. La force pouvait venir de mon intérieur, du cosmos, de l'énergie collective humaine... c'est du pareil au même. L'important est que cette force spirituelle était là. J'étais capable de la percevoir, à travers des visualisations, de la méditation et des prières (à ma façon) [...] »

En m'aidant de ma spiritualité, j'ai eu à modifier peu à peu mes règles de conduite, mes idées et mes attitudes qui déclenchaient inévitablement en moi les symptômes de la boulimie » (Ladish, 1993 : 66).

Étant donné notre objectif, nous ne considérons pas le *New Age* comme une religion car il n'exige pas d'engagement vis-à-vis d'un dogme ou d'un noyau dur de principes, mais bien comme un fondement ou un discours légitimateur qui fait déjà partie du sens commun de l'époque.

Concernant le style, comme vu précédemment, les livres de bien-être reposent sur des témoignages, mais de façon telle qu'ils s'éloignent des récits biographiques traditionnels. Le témoignage peut constituer la narration centrale du texte, ou simplement illustrer la série des prescriptions, des règles ou des instructions directes qui composent le noyau central de cette littérature. Nous identifions trois traits stylistiques spécifiques permettant de distinguer le genre du bien-être des biographies, des récits de vies exemplaires, des confessions et d'autres textes appartenant au *domaine biographique* : d'une part, en s'appuyant sur des témoignages, les ouvrages de bien-être mettent de côté tout ce en quoi ils sont particuliers, soulignant en revanche ce qui se répète dans chacun d'eux et, d'autre part, les déclarations citées à la première personne ou les références personnelles de l'auteur sont exprimées avec une volonté manifeste de donner l'exemple, de justifier, ou de souligner un trait de la thérapie ou de la proposition de vie. C'est-à-dire qu'ils constituent un support vis-à-vis de l'intention finale. En vertu de cette intentionnalité pédagogique, nous trouvons enfin une torsion du récit du « je » au « tu », cherchant à provoquer une identification.

Nous considérerons la situation d'énonciation, car c'est précisément là que devient manifeste la distance vis-à-vis des formes biographiques traditionnelles. Il s'agit de textes où domine la fonction conative. L'appel réitéré au lecteur cherche à produire un effet de passation de pouvoir, en condensant la consigne « tu en es capable ». Cette répétition n'est pas inutile. La situation d'énonciation tend à produire un effet de confiance en soi en donnant au lecteur un grand pouvoir et la capacité de *changer sa vie*. La potentialité attribuée au récepteur sous-tend tout le genre et insiste sur le fait qu'il possède des attributs exceptionnels non exploités, qui lui donnent la faculté de transformer son existence à condition qu'il en reconnaisse la valeur et qu'il développe ses capacités *latentes*.

En schématisant la description précédente, apparaît un dispositif discursif mis en place en trois parties. La première présuppose l'utilisation du langage dans une fonction expressive : la présence de témoignages, de confessions, de récits intimes exposés ouvertement composent une constellation caractéristique de la culture contemporaine que nous avons appelée, à l'instar de Leonor Arfuch, le « domaine biographique ». Dans les livres de bien-être, cette construction poursuit un effet de personnalisation dont l'objectif est d'effacer l'empreinte homogénéisante de l'industrie culturelle. Ce qui opère ici est l'intention de susciter des identifications immédiates entre la situation du narrateur et celle du lecteur. La seconde implique une interaction d'un autre niveau : le moi-énonciateur est un artifice direct de la stratégie de persuasion, se tournant vers un toi/vous, ou vers un « nous » inclusif, l'auteur offre au lecteur une résolution du problème posé. L'utilisation du « toi » n'est pas innocente : elle signale le sujet, l'individualise et l'installe dans un milieu décontextualisé, détaché du « nous » collectif. Les environnements disparaissent, et avec eux, les différences. L'égalisation des sujets, mise en œuvre de cette façon, permet d'avancer vers le troisième mouvement. La troisième étape accomplit la logique inductive qui, de façon souterraine, se déploie et introduit une universalisation des préceptes. Une fois ce point atteint, les recommandations s'établissent comme des formules impersonnelles, comme un ensemble de dogmes pratiques desquels dérivent des instructions neutres, et par lesquels toutes les valorisations et l'expressivité du premier moment sont supprimées. Même écrits à la deuxième personne, les impératifs atteignent le statut d'« objectivité ». Ainsi les moyens rhétoriques sont-ils mis au service d'une structure qui va du particulier au général, du cas à la loi.

D'autres moyens rhétoriques apparaissent occasionnellement. Nous rencontrons souvent des tests ainsi que d'autres stratégies qui permettent au lecteur de diagnostiquer sa situation et d'évaluer ses progrès, en proposant un espace d'interaction directe entre le texte et lui. Ces éléments renforcent la relation du je-tu instaurée dans ces livres qui permet de provoquer une illusion d'interaction évoquant le dialogue. Les livres de bien-être se présentent comme des *singuliers universels* : ils font référence à chaque cas – le test même est une mesure de *personnalisation* de la thérapie – mais, simultanément, ils se présentent comme universels, car ils peuvent être consommés par n'importe qui, quelles que soient ses croyances et ses caractéristiques particulières. Son efficacité est profondément personnelle : elle dépend de chacun des lecteurs et de sa capacité à suivre les prescriptions contenues dans le livre. Dans d'autres cas, à la façon des discours didactiques, des fables ou des histoires moralisantes sont introduites et leur enseignement est transposé au monde humain.

Ceci est possible car la structure atemporelle de la fable est similaire à celle du livre de bien-être : sans contexte, sans un paysage spatialement, culturellement et historiquement situé, les situations et leurs personnages ne se distinguent plus les uns des autres. Ces insertions se présentent fréquemment comme des récits encadrés. Très souvent, la consigne qui résume l'enseignement se distingue du

reste de la narration et fonctionne ainsi comme une synthèse partielle, un résumé ou un effet oratoire persistant. De la même façon, les *recettes* conseillées, d'une simplicité extrême, se présentent sous la forme de décalogues ou de démarches synthétiques bien établies. Nous pouvons déduire que ces livres s'adressent à un public fatigué des livres trop longs et qui ne cherchent en ceux-ci que des indications utiles. Les livres se lisent en général rapidement car la lecture est facilitée par l'utilisation de moyens multiples. Dans ce sens, les exemples ou les récits d'expériences vécues sont facilement compréhensibles, en ceci qu'ils posent des questions relatives à la vie. Sous l'effet de ce dispositif discursif, les *vérités* présentées par le texte, à la fin de la lecture, sont évidentes.

Nous pouvons aussi établir l'exclusion de textes qui, bien qu'ils partagent certaines de ces caractéristiques, n'en possèdent pas d'autres. Par exemple, les livres pratiques – de santé, guides éducatifs pour parents, régimes, sexualité, jardinage, cuisine – ne font pas partie du genre du bien-être car ils ne présentent pas, ou qu'en faible proportion, de discours légitimant. Les livres faisant appel à une participation de l'ordre de la croyance ne peuvent pas non plus être comptés parmi les livres du genre du bien-être. C'est le cas des livres ésotériques et des livres religieux. Enfin, nous laisserons de côté le genre des narrations moralisantes ou exemplaires fondés sur des allégories ou des symboles présentant un argument, et les phrases et les opuscules destinés à la méditation. Parmi eux se trouvent les livres de Paulo Coelho, qui se présentent en général comme des nouvelles. En revanche, les livres de bien-être montrent dans quel sens doit s'opérer cette transformation.

Le ton de l'époque actuelle émerge dans la modélisation que met en place la littérature de bien-être. D'abord, la *révélation des douleurs de l'âme* face à un public étranger et de masse est culturellement *audible* sans aucune étrangeté, tout comme la subjectivité devient un sujet essentiel et s'approprie le noyau vital des inquiétudes sociales. Ensuite, parce que l'appel à l'autre avec l'intention de le convaincre est un fait courant : c'est le langage avec lequel la publicité interpelle quotidiennement la foule. Enfin, parce que le « faites-le vous-même » à partir d'une recette plonge ses racines dans deux significations fondamentales de la société capitaliste moderne : la notion d'« utilité » et l'intronisation de l'individu tout-puissant, le « conquérant », l'« entrepreneur » (Ehrenberg, 1991). Les aspects prescriptifs du bien-être prennent forme dans un dispositif technique qui, se fondant sur des règles et des exercices, conduit à une transformation de la représentation du monde et à une réorientation du sens de l'action. La majeure partie des ouvrages prétend dissoudre les symptômes du mal-être quotidien sans se soucier de la modification de ses causes.

Nous pouvons résumer les principales consignes que propose la littérature d'auto-aide comme suit : a) communiquer ; b) s'auto-affirmer et se dépasser ; c) être efficace, gérer le stress, dominer le temps ; d) changer, s'adapter. Ces consignes indiquent quoi faire, comment agir. Le modèle de sujet vers lequel elles tendent est régi par une détermination du *pour quoi* – l'objectif – tandis que le *pourquoi* – le sens –, est sous-entendu. Comme le suggèrent les livres d'auto-aide, le *pour quoi* le plus instrumental répond au succès tandis que la finalité dernière

est le bonheur. Cependant, le sens de l'existence est une question philosophique que les livres n'explorent pas toujours. Les consignes indiquées précédemment se structurent autour de quatre significations sociales fondamentales : la notion de *succès* comme but à atteindre ; l'installation de la *compétition* comme ordre des relations sociales, en particulier celle de la production ; la conception d'un monde *flexible* et incertain ; la *vitesse* comme modalité d'action.

Les livres de bien être et de développement personnel se présentent comme des solutions rapides aux problèmes dont ils identifient l'origine dans l'individu et dont l'issue dépend également et intégralement d'actions personnelles, en laissant de côté toute prise en compte des conditionnements socioculturels et économiques dans lesquels la situation pourrait s'inscrire. Les pratiques thérapeutiques qui tendent à les dépasser se fondent sur le contrôle des représentations des sujets. Nous pouvons affirmer que l'objectif poursuivi est d'améliorer l'adaptation aux conditions d'existence, en concordance avec l'univers des croyances et des valeurs qui caractérisent le capitalisme récent.

Conclusion

Pour que le discours du bien-être atteigne le succès, il doit être plus que de simples *illusions imposées*. Au-delà de ses contradictions, il doit, afin d'être efficace, transmettre une vision du monde convaincante, qui soit rapidement compatible avec ce que les publics vivent et ressentent ; il doit être crédible et sa version de la réalité doit être suffisamment reconnaissable pour ne pas être immédiatement rejetée. La littérature de bien-être satisfait toutes ces exigences : elle s'implique clairement dans les problèmes des sujets et sa voix se fait entendre par la bouche de ceux qui rendent compte de souffrances similaires, en construisant de cette façon sa crédibilité. Les discours de la science ou de l'expérience justifient leurs réponses. La *réalité* que montrent ces textes est facilement reconnaissable, car il s'agit du sujet privilégié des médias : la quotidienneté.

Nous considérons donc que l'examen de la littérature de bien-être permet de comprendre des discours adressés au sujet contemporain, le modèle d'interpellation qui provoque ses identifications et les significations sur lesquelles il se fonde. L'article a résumé un premier résultat – la caractérisation du genre – d'une longue recherche qui s'intéresse tant aux significations qu'à la réception des livres. Contrairement à ce qu'exprime la théorie du lecteur-modèle (Eco, 1979), nous pensons que la lecture, les appropriations et les usages des livres ne sont pas déductibles des livres eux-mêmes. Quant à la production et à la circulation, bien que la littérature de masse soit un thème peu traité dans le domaine de la communication, ces livres doivent être abordés avant tout comme partie intégrante d'un répertoire de productions propres à la culture de masse, car ils sont forgés en suivant les règles des industries culturelles. Dans ce sens, ils sont élaborés par et ils circulent au travers de. Enfin, ils font partie de la culture contemporaine.

Références

- Adams M., 2004, « Whatever Will Be, Will Be : Trust, Fate and the Reflexive Self », *Culture and Psychology*, 10, déc., pp. 387-408.
- Adorno T., Horkheimer M., 1947, *Dialectique de la raison. Fragments philosophiques*, trad. de l'allemand par E. Kaufholz, Paris, Gallimard., 1974
- Althusser L., 1965, *Pour Marx. Textes de 1960-1965*, Paris, Éd. La Découverte, 1996.
- Ampudia de Haro F., 2006, « Administrar el yo : literatura de autoayuda y gestión del comportamiento y los afectos », *Revista Española de Sociología*, 113, pp. 49-72.
- Arfuch L., 2002, *El espacio biográfico*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- Bakhtine M., 1979, *Esthétique de la création verbale*, trad. du russe par A. Aucouturier, Paris, Gallimard, 1984.
- Bakhtine M. (Volochinov N.V.), 1977, *Le marxisme et la philosophie du langage*, trad. du russe par M. Yaguello, Paris, Éd. de Minuit.
- Boltanski L., 1993, *La souffrance à distance. Morale humanitaire, médias et politique*, Paris, Métailié.
- Bourdieu P., 1994, *Raisons pratiques. Sur la théorie de l'action*, Paris, Éd. Le Seuil.
- Carnegie D., 1936, *How to Win Friends and Influence People*, New York, Pocket Books, 1940.
- Castoriadis C., 1996, *La montée de l'insignifiance*, Paris, Éd. Le Seuil.
- Denzin N.K., Lincoln Y.S., eds, 1994, *The Sage Handbook of Qualitative Research*, Thousand Oaks, Sage.
- Eco U., 1979, *Lector in Fabula*, trad. de l'italien par M. Bouzaher, Paris, Grasset/Fasquelle, 1985.
- Ehrenberg A., 1991, *Le culte à la performance*, Paris, Hachette, 2005.
- Elias N., 1979, *El proceso de la civilización*, trad. de l'anglais par R. García Cotarelo, Madrid, Fondo de Cultura Económica, 1987.
- Foucault M., 1969, *L'archéologie du savoir*, Paris, Gallimard.
- Giddens A., 1991, *Modernidad e identidad del yo*, trad. de l'anglais par J. L. Gil Aristu, Barcelona, Éd. Península.
- Hancock P., Tyler M., 2004, « *МОТ Your Life* : Critical Management Studies and the Management of Everyday Life », *Human Relations*, 57, pp. 619-645.
- Hazleden R., 2003, « Love Yourself : The Relationship of the Self with Itself in Popular Self-Help Texts », *Journal of Sociology*, 39, pp. 413-428.
- Heelas P., 1996, « A Nova Era no contexto cultural: Pré-Moderno e Pós-Moderno », *Religião e Sociedade*, 17 (1-2), pp. 16-33.
- Hochschild A., 2003, *The Commercialization of Intimate Life : Notes from Home and Work*, Berkeley, University of California Press.
- Illouz E., 2004, *Les sentiments du capitalisme*, trad. de l'anglais par J. P. Ricard, Paris, Éd. Le Seuil, 2006.
- 2008, *Saving the Modern Soul*, Berkeley, University of California Press.
- Larsson J., Sanne C., 2005, « Self-help Books on Avoiding Time Shortage », *Time and Society*, 14 (2/3), pp. 213-230.

- Lasch C., 1979, *La cultura del narcisismo*, trad. de l'anglais par J. Coyller, Barcelona, A. Bello.
- Livres Hebdo*, 2005, 616, dossier « Santé et bien-être », pp. 84-92.
- 2006, 662, dossier « Santé et bien-être », pp. 81-88.
- Mattelart A., 1996, *La mondialisation de la communication*, Paris, Presses universitaires de France.
- Nehring D., Papalini V., 2011, « Transnational cultural flows of therapeutics discourses », *Florida Atlantic Comparative Studies Journal*, 13 (1).
- Papalini V., 2010, « Libros de autoayuda : biblioterapia para la felicidad », *Athenea digital*, 19, pp. 147-169.
- Peytard J., 1995, *Mikhaïl Bakhtine. Dialogisme et analyse du discours*, Paris, Bertrand-Lacoste.
- Redden G., 2002, « The New Agents : Personal transfiguration and radical privatization in New Age self-help », *Journal of Consumer Culture*, 2 (1), pp. 33-52.
- Syndicat national de l'édition, 2008, *Repères statistiques France 2007*, 2008, Paris, Syndicat national de l'édition.
- 2009, *Repères statistiques France 2008*, Paris, Syndicat national de l'édition.
- 2010, *Repères statistiques France 2009*, Paris, Syndicat national de l'édition.
- Rioux J.-P., Sirinelli J.-F., dirs, 2002, *La culture de masse en France*, Paris, Fayard.
- Steimberg C., 2002, « Géneros », pp. 101-105, in : Altamirano, C., dir., *Términos críticos de sociología de la cultura*, Buenos Aires, Paidós.
- Swingewood A., 1979, *El mito de la cultura de masas*, trad. de l'anglais par A. Kleinfeld Lissauer, México, Coyoacán, 2003.

Corpus

- Albert E., 1994, *Comment devenir un bon stressé*, Paris, O. Jacob.
- 1998, *Le Manager est un psy !*, Paris, Éd. d'Organisation.
- André C., Légeron P., 1995, *La peur des autres*, Paris, O. Jacob.
- 2000, *Vivre heureux*, Paris, O. Jacob.
- 2007, *Psicología del miedo*, Barcelone, Kairós.
- Aubert N., dir., 1996, *Diriger et motiver. Art et pratique du management*, Paris, Éd. d'Organisation.
- Bach R., 1970, *Juan Salvador Gaviota*, Mexique, Ed. B.
- Bucay J., 2003, *El Camino del Encuentro*, Buenos Aires, Ed. Sudamericana.
- Bensaid C., 1992, *Aime-toi, la vie t'aimera*, Paris, R. Laffont.
- Branden N., 1995, *Les Six Clés de la confiance en soi*, Paris, J'ai lu.
- Capra F., 1992, *El Punto crucial. Ciencia, sociedad y cultura naciente*, Buenos Aires, Troquel.
- Carnegie D., 1936, *How to Win Friends and Influence People*, New York, Simon and Schuster.
- 1940, *Cómo ganar amigos e influir sobre las personas*, Buenos Aires, Ed. Sudamericana.

- 1990, *Comment se faire des amis*, Paris, Hachette.
- Chopra, D., 1995, *El Regreso del Maestro*, Mexique, Grijalbo.
- 2001, *Les Sept Lois pour guider vos enfants sur la voie du succès*, Paris, J'ai lu.
- Covey S., 2005, *Los Siete Hábitos de la Gente Altamente ZEfectiva*, Barcelone, Paidós.
- Coelho P., 1994, *L'Alchimiste*, Paris, A. Carrière.
- De Lassus, R., 1991, *L'Analyse transactionnelle*, Allier, Éd. Marabout.
- 1992, *La Communication efficace par la PNL*, Allier, Éd. Marabout.
- Destournelles C., 1997, *Où trouver la calme à Paris*, Paris, Parigramme.
- Delivré F., 2004, *Le Métier de coach*, Paris, Éd. d'Organisation.
- Edward J., 1999, *La Otra Oportunidad*, Barcelone, Grijalbo.
- Elsa J. 1989, *La Primera Impresión*, Barcelone, Grijalbo/Mondadori.
- Echeverría, R., 1998, *Ontología del lenguaje*, Buenos Aires, Granica.
- Fuentes S., 2000, *Soy madre, trabajo y me siento culpable*, Barcelone, Grijalbo/Mondadori.
- Ferguson M., 1994, *La Conspiración de Acuario*, Madrid, Ed. América Ibérica.
- Fisher R., 1998, *El Caballero de la Armadura Oxidada*, Barcelone, Ed. Obelisco.
- George G., 2002, *Ces enfants malades du stress*, Paris, A. Carrière.
- Glouberman D., 1999, *El Poder de la Imaginación*, Barcelone, Ed. Urano.
- Goleman D., 1997, *L'Intelligence émotionnelle*, Paris, R. Laffont.
- Gray J., 1992, *Les Hommes viennent de Mars, les femmes viennent de Vénus*, Paris, Éd. J'ai lu, 1999.
- 1995, *Los Hombres Son de Marte, Las Mujeres son de Venus*, Mexique, Ed. Océano.
- Guilane-Nachez E., 1995, *Vous n'aimez pas ce que vous vivez ? Alors, changez-le !*, Allier, Éd. Marabout.
- 1998, *Usted Puede Cambiar su Vida*, Mexique, Ed. Océano/Robin Book.
- Hagen S., 2000, *Camino de Luz*, Barcelone, Grijalbo.
- Hay L., 2005, *Transformez votre vie*, Paris, Éd. Marabout.
- Huppert R., 2004, *Celui qui dirige*, Paris, Éd. d'Organisation.
- Jannot V., 2006, *Trouver le chemin*, Paris, M. Lafon.
- Kiyosaki R., 2006, *Padre Rico, Padre Pobre*, Madrid, Aguilar Ed.
- Krause, D., 1999, *El Libro de los Cinco Anillos para Ejecutivos*, Madrid, EDAF.
- Kreimer R., 2002, *Artes del Buen Vivir*, Buenos Aires, Paidós.
- Ladish L., 1993, *Me Siento Gorda*, Madrid, EDAF.
- Lawson A., 1982, *Cómo Vencer el Stress*, Madrid, EDAF.
- Lee B., 2000, *El Principio del Poder*, Barcelone, Grijalbo/Mondadori.
- Marinoff L., 2000, *Más Platón, menos Prozac*, Buenos Aires, Ed. B.
- 2002, *Plus de Platon, moins de Prozac*, Paris, M. Lafon.
- Mileno G., 1999, *Fin del Mundo. Nacimiento de la Nueva Era*, Buenos Aires, Latinoamericana Ed.

- Molinier P., 2003, *L'Énigme de la femme active*, Paris, Payot.
- Morin P., Dellavallée E., 2000, *Le Manager à l'écoute du sociologue*, Paris, Éd. d'Organisation.
- Norwood R., 1993, *Ces femmes qui aiment trop*, Paris, Éd. J'ai lu.
- Passini W., Francescato D., 2001, *Le Courage de changer*, Paris, O. Jacob.
- Peale N., 1990, *La Puissance de la pensée positive*, Paris, Éd. Marabout.
- Peiffer V., 1998, *Pensamiento positivo*, Mexique, Ed. Océano/Robin Book.
- 1999, *Soyez positive ! Les stratégies gagnantes pour réussir sa vie*, Paris, Éd. J'ai lu.
- Peter L., Hull R., 1971, *Le Principe de Peter*, Paris, Librairie générale française.
- Querol J., 1994, *El Secreto del Cosmos*, Barcelone, Edicomunicación.
- Reyes Espíndola L., 1999, *Decídete a Ser Feliz*, Madrid, EDAF.
- Román A., 1999, *Las Misteriosas Sanaciones de Gilda*, Buenos Aires, Latinoamericana Ed.
- Salomon P. (entretien avec N. Calmé), 2000, *Je peux changer*, Paris, Dervy.
- Seligman M., 1995, *No Puedo ser Más Alto pero Puedo Ser Mejor*, Barcelone, Grijalbo.
- Spencer Johnson M. D., 2000, *¿ Quién se ha llevado mi queso ?*, Barcelone, Ed. Urano.
- 2000, *Qui a piqué mon fromage ?*, trad. de l'espagnol par J.-P. Bernard, Neuilly-sur-Seine, M. Lafon.
- Vallejo J., 2001, *Vivir es Autorrealizarse*, Barcelone, Kairós.
- Wayne D., 1978, *Tus zonas erróneas*, Barcelone, Grijalbo.
- Wlodarek E., 2000, *¿ Por qué estoy solo ?*, Barcelone, Grijalbo/Mondadori.