

# Le roman d'apprentissage du capital humain ou l'invisibilisation du social (1/2)

Par Christian Salmon, écrivain

L'omniprésence du narratif dans l'économie des discours (stories, récits, histoires...) ne relève pas d'un simple engouement culturel : elle est structurellement liée à l'idéologie du capital humain, qui valorise l'individu capable de se raconter, de se réinventer, de surmonter les obstacles au prix d'une invisibilisation des logiques sociales qui conditionnent ces trajectoires.

«La nature d'une période peut se lire en général sur sa façade architecturale », écrivait le romancier autrichien Hermann Broch dans les années 1930. Cette réflexion, valable de tout temps, s'applique à notre époque à condition de préciser que cette façade n'est pas faite de verre et de béton, mais de cristaux liquides et de pixels.

Elle s'offre aux regards non pas sur les murs des grandes villes mais sur les nombreux écrans qui ont envahi notre vie quotidienne. Nous marchons, nous agissons, nous désirons, nous souffrons – à l'intérieur d'un grand livre ouvert, dont les pages sont des écrans et les marges des interfaces. Comme les agents de la circulation d'autrefois, plantés au milieu des carrefours, les Gafam, ces nouveaux agents de la narration numérique, régulent aujourd'hui des flux d'histoires et de données. Ils ne contrôlent plus des corps en mouvement mais des subjectivités en transit.

Que disent de notre époque ces écrans qui ont envahi nos vies, peuplant notre imaginaire d'un foisonnement d'histoires, d'images et de voix qui circulent via YouTube, Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn... (dont la liste n'est certainement pas close) ? Quel monde se donne à lire dans ce clignotement incessant de vidéos éphémères qui, mises bout à bout, forment la trame de notre temps ? Difficile à dire. Car cette trame ne se présente pas comme un continuum d'expériences, mais comme une mosaïque vibrante, instable, composée d'une multitude de micro-récits, de fragments d'images et de données qui se répètent en boucle sur nos écrans.

## **1 Quatre révolutions enchevêtrées**

L'essor contemporain du storytelling au milieu des années 1990 est la résultante de quatre révolutions enchevêtrées qui marquent la période récente. Il est vain de chercher à les hiérarchiser tant elles s'entremêlent, s'influencent et convergent vers un même basculement civilisationnel.

1. La révolution capitaliste d'abord, incarnée par la mondialisation néolibérale et la financiarisation des marchés. Elle redéfinit les logiques d'accumulation, dissout les cadres nationaux de régulation et impose une rationalité spéculative à toutes les sphères de l'activité humaine. L'économie ne se limite plus à la production ou à l'échange de biens : elle repose désormais sur la valorisation continue des individus envisagés comme porteurs d'un capital à optimiser. Le temps s'organise selon une dynamique de flux permanent, rythmé par les évaluations, les performances et les ajustements stratégiques.

2. La révolution numérique, ensuite, a reconfiguré les modalités de la perception, de la communication et de l'attention. Dans l'économie cognitive qui s'impose, l'attention devient une ressource rare, constamment captée, mesurée et monétisée. Le temps humain se réorganise alors selon la logique des plateformes, rythmé par les notifications incessantes, les algorithmes omniprésents et les formats courts, toujours plus rapides et fragmentés.

3. La révolution managériale, quant à elle, a instauré au cœur des organisations un nouvel imaginaire narratif. Le storytelling management, prolongé par le marketing de soi et le personal branding, contraint chacun à se considérer comme une entreprise, à se raconter, à scénariser ses compétences et à performer en permanence. Le récit devient ainsi un instrument stratégique de gestion, d'influence et de contrôle.

4. Enfin, la révolution de la subjectivité s'incarne dans l'émergence d'un nouvel idéal-type, promu par la sous-culture de masse : un individu flexible, mobile, adaptable, constamment prêt à se réinventer selon les exigences du moment. La fidélité, l'enracinement, la stabilité y sont perçus comme des archaïsmes. S'y dessine une esthétique du passage, de l'éphémère et du précaire, dont le lexique s'aligne sur les injonctions managériales : « mobilité », « adaptabilité », « lean production ».

Le storytelling tel qu'il s'est développé à partir des années 1990 comme un outil narratif au service du management, est étroitement associé à l'imaginaire néolibéral. Il s'inscrit dans une vision du monde où la réussite individuelle devient la mesure de toute valeur, tandis que les structures collectives et les déterminants sociaux sont marginalisés. Le récit, entendu comme mise en forme de l'expérience vécue

par un sujet, s'est imposé comme un vecteur central de reconnaissance, de légitimation et de valorisation dans un contexte où l'expression personnelle tient lieu de preuve et d'accomplissement.

Cette capacité du récit à incarner l'expérience est aujourd'hui mobilisée dans toutes les sphères de la vie : du management à la politique, du marketing au développement personnel. Cette omniprésence narrative ne relève pas d'un simple engouement culturel : elle est structurellement liée à une idéologie qui valorise l'individu capable de se raconter, de se réinventer, de surmonter les obstacles au prix d'une invisibilisation des logiques sociales qui conditionnent ces trajectoires.

Sur les réseaux sociaux, devenus des laboratoires de la narration instrumentale, les récits de transformation personnelle, de résilience ou de rupture prennent le pas sur l'analyse structurelle, jusqu'à éclipser les savoirs scientifiques ou les conflits sociaux. Le témoignage émotionnel y fait fonction d'argument dans les transactions, le vécu personnel devient l'ultime critère de la vérité. Dans cette configuration, l'individu cesse d'être un simple agent économique : il devient un « entrepreneur de lui-même ».

Selon Michel Foucault, l'homo œconomicus sous le néolibéralisme n'est plus considéré comme un consommateur : il devient entrepreneur de lui-même, gérant un capital humain vivant – son corps, ses compétences, son bien-être, sa carrière – qui doit être continuellement rentabilisé<sup>[1]</sup>. Il ne s'agit plus d'un acteur rationnel partenaire de l'échange, mais d'un agent productif qui se produit lui-même. Ce renversement modifie la frontière entre privé et public : la vie intime, la santé, le bien-être, mais aussi les relations sociales deviennent des domaines où s'exerce la gestion stratégique de soi, sous l'œil vigilant et normatif des artefacts numériques.

Le philosophe Michel Feher a enrichi cette approche en soulignant que le capital humain, qu'il soit représenté par des individus, des entreprises ou des États, ne se réduit pas à un stock de compétences établies une fois pour toutes mais qu'il doit être pensé dans la logique du capitalisme financiarisé comme un actif spéculatif soumis à une évaluation permanente et à une notation sociale. « Le capital humain soucieux de s'apprécier n'est pas réductible au vieil homo economicus qui s'ingéniait à optimiser son intérêt, mesurable grâce au marché et à ses lois, et dont les calculs relevaient de la même rationalité économique que ceux de ses partenaires et concurrents. »

Le capital humain devient une forme de subjectivité intégrée, où l'individu s'appréhende lui-même comme un portefeuille de qualités exposé au jugement fluctuant des autres. « Tout ce que l'on peut savoir du capital humain, c'est : qu'il cherche à s'apprécier, de sorte que sa vie peut être envisagée comme une stratégie visant à l'appréciation de soi, que chacune de ses conduites et chaque événement qui l'affecte, dans n'importe quel registre existentiel, sont susceptibles de l'amener à

s'apprécier ou à se déprécier, qu'il est donc possible d'agir sur lui en lui proposant des conduites valorisantes et des modèles d'estimation de soi capables de modifier ses priorités et d'infléchir ses choix stratégiques. »

## **2 L'autobiographie du capital humain**

La notion de capital humain cristallise une mutation profonde de ce qu'être un individu signifie dans les sociétés contemporaines. Cette transformation passe par la redéfinition des formes d'existence, des modes d'appréciation de soi et des mécanismes de valorisation sociale, économique et symbolique. Dans ce marché à ciel ouvert qu'est l'espace numérique, chacun met en circulation son propre moi, ses traits de caractères, ses actes et ses paroles comme autant d'actions cotées en bourse. L'algorithme, tel un trader invisible, sanctionne, réévalue, efface ou propulse ce qui nous définit. Nous ne cherchons plus seulement à gagner un salaire, nous nous efforçons d'être jugés dignes de confiance, d'investissement, d'attention. À la figure classique de l'entrepreneur de soi succède celle, plus insidieuse, du spéculateur de soi propre au capital humain.

Il ne suffit pas de posséder des compétences, il faut aussi les rendre visibles, légitimer leur valeur dans des dispositifs sociaux qui reposent sur la reconnaissance publique et la visibilité algorithmique. L'attractivité n'est plus seulement l'impérieux devoir des États ou des entreprises, elle devient une exigence des sujets aiguillonnés par le capital humain. Le corps cesse d'être l'enveloppe du moi et devient un capital à entretenir, optimiser, valoriser. Cela passe par le sport, la diète, les routines esthétiques, mais aussi par la gestion psychique, la vie amoureuse et les loisirs.

L'individu devient une entreprise de soi qui doit investir dans tous ces domaines pour ne pas voir son capital se dévaluer. Le concept de « portefeuille de conduites » désigne ainsi l'ensemble des comportements, habitudes, choix et pratiques qu'un individu mobilise pour valoriser son capital humain. Contrairement au travailleur libre, qui sépare clairement les sphères professionnelle (production) et personnelle (reproduction, vie intime), le capital humain soumet toutes les dimensions de la vie à une seule stratégie de valorisation de soi. Chaque domaine – alimentation, santé, loisirs, sexualité, formation, vie culturelle, etc. – devient une « action » ou un « investissement » sur soi-même dont l'objectif est d'entretenir ou d'accroître ce capital. Comme dans un portefeuille financier où l'on répartit ses actifs pour maximiser le rendement, l'individu « gère » ses conduites, cherchant à optimiser l'image, la compétence et la valeur qu'il s'attribue.

Ainsi, la vie du capital humain s'apparente à une stratégie entrepreneuriale dont le but est la valorisation continue de son capital pas seulement en termes financiers, mais aussi symboliques et existentiels. Cette obligation s'inscrit dans une logique d'appréciation généralisée, où chaque pan de

la vie – des loisirs à la santé mentale, de l'apparence à la sociabilité – devient une variable soumise à une performance. Il ne suffit plus d'être compétent : il faut écrire le récit de sa compétence, scénariser ses épreuves, théâtraliser ses ambitions. La vie devient un flux continu de micro-narrations calibrées pour séduire investisseurs, employeurs, audiences ou algorithmes.

Cette approche est fondamentale pour comprendre l'explosion du « narratif » à partir des années 2000, à la croisée de la révolution du capital humain et de la révolution numérique. Dans l'économie de l'attention qui gouverne nos vies et nos comportements, nous sommes investis d'un pouvoir d'écriture paradoxal, celui d'écrire les fictions mobilisatrices qui nous engagent jour et nuit. L'individu devient le signataire officiel d'un récit hétéronyme qui est en réalité écrit par les algorithmes, les plateformes et les chatbots conversationnels, bref un narrateur clivé, le ghostwriter de sa propre vie.

À l'origine, le capital humain se limitait à un stock de compétences acquises via l'éducation ou la formation. Mais à partir des travaux de Theodor W. Schultz<sup>[2]</sup> et Gary Becker, ce concept s'est élargi, selon les mots de Michel Feher, « pour inclure de l'inné (patrimoine génétique et dispositions individuelles), du contextuel (milieu, ambitions des parents et de l'entourage, accidents de la vie), de l'acquis (éducation, formation, expérience professionnelle) et du collatéral (mode d'entretien du capital physique diète, sport, repos et psychique vie amoureuse et sexuelle, loisirs) ; bref, tout ce dont j'hérite, tout ce qui m'arrive et tout ce que je fais contribuent à l'entretien ou à la détérioration de mon capital humain<sup>[3]</sup>. »

Depuis une dizaine d'années, les plateformes numériques ont mis en place un véritable programme narratif, étroitement aligné sur la double exigence du capital humain contemporain : s'étendre à tous les aspects d'une vie humaine, et se rendre légitime et donc appréciable. L'individu, selon Michel Feher, est soumis à une double exigence : « celle de constituer un capital – ses compétences, son corps, sa vie intime, ses expériences –, mais aussi celle de maintenir ce capital en état d'appréciation sociale, en quête constante d'attention et de crédit. »

Il n'est pas anodin de constater que les comportements jugés « appréciables » sur les réseaux sociaux – ceux qui sont mis en avant, relayés, imités – correspondent aux composantes du capital humain telles que définies par la théorie du capital humain : l'héritage génétique et les dispositions individuelles, l'ambition parentale, la qualité de l'éducation, les diplômes, les expériences professionnelles, et l'entretien permanent du capital corporel, tant physique (diète, sport, santé) que psychique (relations affectives, sexualité, loisirs).

Ce n'est plus seulement une mise en récit de l'individu pris dans sa globalité – selon une version parfois naïve du récit de soi – mais bien l'agrégation de ses ressources, de ses efforts, de ses atouts, de ses

performances, de ses succès comme de ses échecs. À travers des formes de narration calibrées, la vie ordinaire est transformée en vitrine des comportements légitimes. L'héritage génétique devient épiphanie du soi : l'acquis, un feuilleton d'expériences. La discipline, les diplômes, les réalisations professionnelles ou les choix de vie (accélérer, ralentir, se recentrer) deviennent des étapes visibles dans une histoire que chacun se raconte à soi-même et aux autres. Les plateformes orchestrent ce récit – offrant un cadre narratif où chaque geste, chaque émotion, chaque expérience se lit comme un chapitre signifiant.

Sur TikTok ou Instagram, les tests ADN fonctionnent comme des révélateurs de potentiel, comme si l'on pouvait lire l'avenir dans son génome. Les vidéos avant/après de transformations physiques – de la perte de poids à l'entraînement intensif – illustrent une véritable trajectoire méritocratique du corps, où la volonté, la constance et la résilience supplantent toute considération sociale ou politique.

La vie affective devient un territoire d'optimisation de soi : « mieux choisir son partenaire », « guérir ses traumas » ou « manifester l'amour que l'on mérite » devient une manière de capitaliser son vécu émotionnel, dans une logique de rendement sentimental. La réussite conjugale ou sexuelle n'apparaît plus comme une affaire de hasard, mais comme le résultat d'un travail sur soi : comme si l'amour pouvait devenir l'indicateur d'un capital psychique sain, voire performant. Les entreprises, investies dans le capital humain de leurs cadres, se font fort de valoriser les couples stables. Les loisirs – du yoga à la randonnée – sont redéployés comme des espaces de productivité secondaire destinés à améliorer la clarté mentale, l'humeur ou le focus – des qualités immédiatement monétisables sur le marché de l'attention. À cela s'ajoute une valorisation croissante de l'histoire familiale – généalogies mises en scène comme un levier de distinction ou de réparation symbolique.

On ne compte plus les vidéos de jeunes mères en pleine reprise post-partum, documentant jour après jour la reconstruction de leur corps, la réorganisation de leur quotidien, et leur « retour à soi » après l'épreuve de la maternité, comme s'il s'agissait d'une augmentation du capital familial ou d'un agrandissement de la surface des bureaux d'une entreprise. Les comptes de « StudyTubers », quant à eux, célèbrent la discipline scolaire comme une gestion anticipée du capital humain : bullet journals, plannings hebdomadaires millimétrés, stratégie d'optimisation cognitive ou contrôle rigoureux du sommeil.