



LES FONDEMENTS DU PROJET



© copyright Clémentine Gachard
all right reserved

SOMMAIRE

INTRODUCTION	2
<i>LA COMMUNICATION</i>	3
<i>COMMUNICATION INTERCULTURELLE</i>	4
<i>BIBLIOGRAPHIE</i>	10
TRAVAILLER AVEC DES SENIORS	11
<i>INTRODUCTION</i>	11
<i>COMMENT FACILITER LE PROCESSUS D'APPRENTISSAGE DES SENIORS?</i>	13
<i>COMMENT VALORISER LES SENIORS?</i>	16
<i>BIBLIOGRAPHIE</i>	19
TRAVAILLER AVEC DES JEUNES	20
<i>COMMENT LES RECRUTER?</i>	22
<i>FAIBLES COMPÉTENCES LINGUISTIQUES</i>	23
<i>FAIBLES COMPÉTENCES SOCIALES ET ÉDUCATIVES</i>	25
<i>COMMENT GARANTIR LEUR IMPLICATION</i>	25
<i>BIBLIOGRAPHIE</i>	31
LE CONTE	32
<i>QU'EST-CE QUE LE CONTE?</i>	32
<i>L'IMPORTANCE DE LA NARRATION APPLIQUÉE</i>	34
<i>LE CONTE EN GROUPE</i>	37
<i>LE CONTE COMME OUTIL POUR LE DÉVELOPPEMENT DE COMPÉTENCES LINGUISTIQUES</i>	38
<i>LE CONTE COMME OUTIL POUR LE DÉVELOPPEMENT DE COMPÉTENCES ENTREPREUNARIALES</i>	39
<i>LE CONTE COMME OUTIL POUR LE DÉVELOPPEMENT DE COMPÉTENCES SOCIALES ET EN COMMUNICATIO</i>	41
<i>BIBLIOGRAPHIE</i>	43
CONCLUSION	44






INTRODUCTION

Le projet Erasmus + « Aladin et la lampe intergénérationnelle » est conduit par cinq partenaires de différents pays : la France, l'Espagne, les Pays-Bas, le Royaume-Uni, et la Hongrie.

Certains de ces partenaires ont de l'expérience dans le travail intergénérationnel, d'autres dans le conte, certains dans l'interculturalité et/ou le travail avec des bénévoles. Nous avons rassemblé nos compétences et avons développé un arrière-plan théorique ainsi qu'une méthodologie, pour utiliser les histoires et les techniques du conte dans le cadre d'un atelier de coopération intergénérationnelle avec des Seniors retraités et des jeunes « défavorisés ».

Ce guide méthodologique vous offre une combinaison de données théoriques, ainsi qu'une méthodologie détaillée et des ressources théoriques. L'objectif de ce guide est d'équiper les porteurs de projets avec des connaissances suffisantes et des compétences nécessaires pour mettre en place des projets intergénérationnels, et concevoir des activités basées sur les techniques du conte, pour le développement de l'apprentissage des langues, ainsi que des compétences entrepreneuriales, sociales, et émotionnelles, pour des jeunes adultes en situations défavorisées.

Ce guide s'adresse :

-  Aux bénévoles, et acteurs associatifs travaillant auprès des jeunes adultes en situations défavorisées (migrants, membres de communautés minoritaires, jeunes déscolarisés, en situation économique précaire, ou avec des compétences sociales limitées)
-  Aux bénévoles et aux acteurs associatifs qui proposent des cours de langue, ou diverses activités pour les migrants
-  Aux bénévoles et aux acteurs associatifs travaillant avec les Seniors, à l'Université du troisième âge
-  Aux professionnels de structures travaillant auprès de jeunes adultes en situation précaire (migrants, membres de communautés minoritaires, jeunes déscolarisés, en situation économique précaire, ou avec des compétences sociales limitées)
-  Aux professionnels de l'éducation/formation, aux établissements scolaires, et aux associations impliquées dans des projets éducatifs

Nous espérons que ce guide méthodologique vous permettra d'acquérir les connaissances et une méthodologie de base pour mettre en place vos propres ateliers de contes intergénérationnels.

LA COMMUNICATION

Comment les Seniors peuvent-ils aider les Jeunes Adultes défavorisés à développer leurs compétences en langue, en communication, et dans l'entrepreneuriat ? C'est la question essentielle qui est explorée dans le projet d'ALADDIN, qui se concentre sur la mise en place d'ateliers intergénérationnels pour les Jeunes Adultes défavorisés, animés par des Seniors bénévoles à travers les techniques du conte.

Ce chapitre a pour but de poser les bases théoriques ainsi que d'apporter certains outils afin de faciliter la communication dans les ateliers entre les Seniors et les Jeunes, mais également entre les Seniors eux-mêmes et les Jeunes eux-mêmes.

Le concept d'interculturalité repose sur la notion même de culture. En ce sens, il est important de définir le concept de « culture » avant de vouloir explorer comment « mieux communiquer » avec des personnes ayant un « cadre culturel » différent, et donc de parler d'« interculturalité ».

Pendant longtemps, le concept de « culture » faisait référence uniquement aux produits de la pensée humaine qui pouvaient être accomplis à travers un travail intense tel que la peinture, la musique, et la littérature. Jusqu'au 19^e siècle, le concept de « culture » était plus ou moins synonyme avec ce qui était considéré comme la « haute culture » ou « la culture d'élite ».

Le sens du concept de « culture » a fondamentalement été bouleversé par l'émergence de l'anthropologie qui a commencé à définir la culture comme quelque chose qui appartenait à tout le monde, et pas seulement à une certaine élite. L'anthropologue anglais Edward Tylor (1871) a été le premier à proposer une définition plus globale, en envisageant la culture comme un « ensemble complexe qui englobe les connaissances, les croyances, les arts, la morale, les lois, les coutumes, et toute autre capacité et habitude acquise par l'Homme en tant que membre d'une société ».

Selon Margaret Mead (1937) la culture est un ensemble complexe de comportements traditionnels qui se sont développés par les humains et qui ont été successivement appris par chaque génération. Cependant, la culture est un concept plus général. Cela peut renvoyer à des formes de comportements « traditionnels » qui sont les caractéristiques d'une société en particulier, ou d'un groupe social, d'une certaine société, d'une certaine ethnie, d'une certaine zone géographique, ou d'une période donnée.

Le concept de culture peut être schématisé de plusieurs manières. Bien que les schémas sont très simplistes, et qu'ils ne sont pas le reflet de la grande diversité du monde, il est intéressant cependant de les utiliser comme des outils d'apprentissage.

Selon le modèle de l'oignon, la culture peut être représentée sous la forme d'un oignon, qui a différentes « couches » qui peuvent être soulevées, avant d'arriver au « cœur ». Alors que nous enlevons petit à petit les couches de l'oignon, on va enlever tout d'abord les couches externes, qui représentent les aspects les plus manifestes de la culture, pour arriver au « cœur » de l'oignon qui représente les dimensions les moins visibles et les plus complexes de la culture.

- 1) La couche la plus externe représente les aspects les plus manifestes de la culture, c'est à dire, les éléments qui nous « frappent à l'œil » ou que nous ressentons d'emblée.
- 2) La seconde couche représente les valeurs sociales, les normes, et les règles. On ne peut pas nécessairement voir cette partie de la culture, mais nous sommes conscients de son existence. Ce qui caractérise principalement cette couche réside dans le fait que nous pouvons verbaliser ces valeurs, ces normes, etc. En d'autres termes, si quelqu'un nous demande d'expliquer ces valeurs, et ces normes, nous sommes capables de les expliquer.

- 3) Dans cette schématisation du concept de culture, la troisième couche représente le cœur de l'oignon, et est communément appelé le « trou noir » de la culture. Ce qui le différencie de la seconde couche provient du fait que ces valeurs sociales, ces normes, ces règles, à ce stade, ne sont plus conscientes. Par conséquent, il devient très difficile de verbaliser les éléments qui résident dans cette couche. Nous les comprenons ou nous les suivons instinctivement, mais c'est très difficile d'en expliquer la nature, ou même l'existence de telles règles. Cette partie de la culture nous paraît tellement naturelle que nous sommes rarement conscients du fait qu'elle détermine pourtant notre comportement et notre manière de penser. Les tabous et les blagues appartiennent typiquement à cette catégorie.

Ce qu'il est nécessaire d'ajouter également, c'est que ces couches ne sont pas isolées les unes des autres. Les couches dépendent les unes des autres et ne peuvent exister qu'en étant considérées comme un ensemble.

COMMUNICATION INTERCULTURELLE

Les cultures ne se rencontrent pas, ce sont nécessairement des personnes qui se rencontrent et qui interagissent entre elles, et ce sont ces mêmes personnes qui sont porteuses de différentes cultures.

Le modèle de l'oignon est également intéressant pour comprendre la complexité de l'identité. Dans cette perspective, le concept d'identité fonctionne sur les mêmes principes que celui de la culture, puisque l'identité est faite d'un ensemble de « couches » qui vont de l'aspect le plus visible, manifeste, aux aspects les moins visibles qui sont donc les plus centraux. Afin de comprendre une personne, nous devons d'abord retirer les couches des habitudes, des vêtements, et de l'apparence de cette personne, puis les normes et les valeurs, et finalement, la couche des valeurs fondamentales et incontestables.

Nous représentons tous et toutes des oignons qui sont faits de multiples couches. Ainsi, nos oignons individuels font partie d'un « oignon » encore plus gros et plus complexe, qui représente les différentes cultures auxquelles nous appartenons. En réalité, lorsque nous interagissons les uns avec les autres, ce sont nos « oignons » qui interagissent. Alors que nous essayons de nous comprendre les uns les autres, nos « oignons identitaires » rencontrent les différentes couches, des aspects les plus visibles, aux aspects les plus enfouis.




Plus nos « oignons » sont différents, plus il est probable que des conflits ou des incompréhensions surgissent. Cela est d'autant plus vrai lorsque l'on essaye de comprendre l'autre sans avoir conscience des couches qui soutiennent les aspects directement visibles – ce qui est très souvent le cas. Bien que la rencontre de chaque couche est susceptible de créer un conflit, cela est d'autant plus compliqué lorsque nous avons affaire aux différences qui sont proches du

« cœur ». Le « trou noir » est l'endroit où les conflits les plus sérieux apparaissent – ces dimensions de la culture sont tellement naturelles et à la fois tellement essentielles qu'il est très compliqué d'accepter qu'elles puissent ne pas être universellement partagées par tous.

D'autres problématiques qui relèvent de la communication interculturelle sont liées aux trois éléments de la communication : le contenu, la forme, les relations :

CONTENU

Est-ce que le contenu dépend de l'émetteur / récepteur / contexte ? Les modèles actuels mettent l'accent sur le fait que le sens est co-construit et/ou négocié. Cela implique :

-  Rôle actif du récepteur dans l'interprétation, donner du sens au message
-  Importance des filtres, des cadres de références mobilisés pour donner sens aux actes de communication
-  Importance du contexte

RELATIONS

La relation au pouvoir : les sociétés fonctionnent différemment selon la façon dont les usagers s'identifient à ceux qui sont en position de pouvoir. Une distance au pouvoir relativement réduite indique une relation plutôt horizontale, alors qu'une grande différence de pouvoir indique un certain respect pour la hiérarchie.

MOYENS DE COMMUNICATION

Dans un contexte interculturel, il y a un vaste nombre de différences verbales, para-verbales, non-verbales, qui influencent nécessairement la communication.

Communication verbale : réfère à l'utilisation de métaphores, images, l'utilisation d'expressions idiomatiques, etc.

Communication para-verbale : réfère au ton, l'intonation, le volume sonore, le rythme, les silences, les pauses, les interjections (« euh »), etc.

Communication non verbale : une grande partie de ce que nous communiquons est exprimé à travers notre langage corporel et d'autres formes de communication non-verbales. Bien que l'utilisation du langage corporel est universelle, le sens des signes peut considérablement varier selon les personnes, les cultures, et cela peut créer de l'incompréhension.

DAVANTAGE DE DIFFÉRENCES

Il y a différents styles de communication, qui peuvent être identifiés selon les cultures. Les plus communs sont les styles direct/indirect, contexte fort/faible, et la dichotomie. Certaines cultures et situations sont plus faciles à « lire » que d'autres. Un faible contexte de communication réfère au fait de pouvoir exprimer clairement les règles et les attentes, alors qu'un fort contexte de communication compte plutôt sur la conscience des implicites de l'interlocuteur. Cependant, les contextes direct/faible et indirect/fort sont deux extrêmes, puisqu'aucune culture ne peut être classée dans une seule et même catégorie. La plupart des cultures utilisent donc plusieurs styles :

Le contexte direct/faible : dans ce style de communication, l'information se situe principalement dans le message verbal, et dépend peu du contexte ou des participants. La façon de s'exprimer a peu d'importance. Le but premier dans une communication interactive est l'échange d'informations. Construire des liens entre les personnes n'est pas nécessairement le but premier de ce type de communication.

Le contexte indirect/élevé : dans ce contexte, l'information se situe dans le contexte, et peu d'éléments sont « codés » dans un message verbal. Les personnes s'appuient moins sur les mots exprimés et le sens littéral, et communiquent davantage grâce à la communication non verbale. Dans ce contexte, les critiques, la confrontation, les refus sont évités et sont gérés de manière délicate ; le but premier de ce type de communication est d'établir une relation et d'accomplir une certaine tâche. Il y a une différence entre ce que les gens disent et ce que les gens ressentent.

Certaines cultures donnent la priorité à la communication verbale directe, alors que d'autres mettent l'accent sur l'expression des émotions lorsqu'il s'agit de régler une situation, un conflit, une tension.

Un autre concept important, afin de mieux comprendre celui de la communication interculturelle, est le fait que nous sommes tous ethnocentriques. En d'autres termes, nous nous définissons à travers notre contexte social et culturel. La culture peut être imaginée comme une paire de lunettes que nous ne pouvons pas enlever. Être « ethnocentrique » veut dire que nous pouvons voir le monde qu'à travers nos propres paires de lunettes. De manière générale, nous ne prenons pas conscience de l'existence de nos valeurs et normes culturelles avant qu'elles soient questionnées, défiées. C'est généralement lorsque nous sommes face à des règles et des normes différentes des nôtres que les aspects les plus inconscients de notre culture deviennent apparents. C'est à travers la rencontre avec l'autre que nos normes et valeurs se manifestent.

À partir de ce constat, la psychologue française Margalit Cohen-Emerique a développé une méthodologie pour faciliter la communication interculturelle et la résolution de conflits en contexte professionnel.

LA MÉTHODE DES INCIDENTS CRITIQUES

La particularité de cette approche c'est qu'elle admet que dans tous les cas :

Les conflits/tensions culturels : les deux parties sont impliquées, et un conflit ne peut jamais être réduit ou expliqué par rapport à l'étrangeté de l'autre : cela provient nécessairement de l'interaction de deux cadres de références culturels différents.

À travers l'analyse de chocs culturels, de situations concrètes appelées « incidents critiques », dans la perspective du narrateur et de l'autre protagoniste, cette méthode ouvre un espace qui permet de mieux comprendre comment nos propres valeurs et attentes culturelles façonnent l'interaction, afin d'atteindre un certain degré de neutralité culturelle, et ainsi permettre une meilleure négociation des solutions possibles.

Le choc culturel est une interaction avec une personne (ou un objet) d'une culture

différente, dans un espace géographique et temporel donné, qui provoque des réactions cognitives et affectives qui sont soit négatives ou positives, une sensation de perte de repères, une représentation négative de soi-même et le sentiment d'un manque d'approbation, qui peuvent provoquer des sentiments d'inquiétude, de malaise, voire de colère. (Cohen-Emerique 1999)

L'approche interculturelle de Cohen-Emerique se base sur trois étapes, chacune d'elle étant basée sur différentes méthodes d'apprentissage, d'outils, demandant le développement de différentes compétences de la part des professionnels.

Décentration

La première étape, la décentration, consiste à reconnaître que s'il y a un conflit, la conséquence principale n'est pas la différence de culture, mais plutôt l'interaction entre deux cadres de références culturels différents. La décentration nous invite à explorer nos modèles culturels (cela inclut les modèles professionnels), nos pratiques, nos normes et comment tout cela entre en interaction avec les valeurs, les normes, les attentes de l'autre. Admettre que la décentration est la première étape, découle de l'observation que notre propre cadre de référence agit en tant que filtre – pensez à la métaphore des lunettes pour représenter la culture – et vient ainsi biaiser notre façon de voir le monde.

La décentration nous permet d'enlever nos « lunettes culturelles », suffisamment pour pouvoir voir leur couleur, leur forme, i.e de mieux comprendre comment notre lecture de la personne en face de nous est filtrée. De plus, cela est plus simple de donner du sens à nos connaissances sur les autres cultures, une fois que nous avons mis en perspective nos connaissances sur notre propre culture.

Par exemple, cela est plus facile de comprendre (cela ne veut pas dire d'accepter) les tabous culturels concernant les repas, une fois que l'on a découvert que notre propre culture nous impose également une certaine « ligne » : peut-être que pour nous les huîtres et les escargots ne font pas partie de la catégorie des « comestibles », peut être que c'est le porc, peut-être que ce sont tous les êtres vivants qui ont des yeux, mais il y a généralement une ligne, et la question qui se pose est simplement : où est cette ligne ? C'est dans notre nature d'avoir tendance à considérer que nous-mêmes, notre propre culture est plus complexe, et d'accepter de simplifier la culture des autres. Prendre davantage conscience de nos propres codes culturels peut nous aider à devenir conscients de certains biais, et à avoir moins d'hypothèses simplistes au sujet des autres. Cette première phase nécessite d'acquérir des outils pour aider à prendre conscience de soi, et de sa propre perception des choses. Une des compétences qui est au cœur de cette méthode est la capacité à prendre du recul par rapport à une situation potentiellement délicate, et essayer de résister au besoin immédiat de chercher une réponse ou un jugement par rapport à l'autre (« Pourquoi oppriment-ils les femmes en les obligeant à se couvrir le visage et les courbes de leur corps ? ») et à la place, centrer l'attention sur soi-même (« Pourquoi est-il si important pour moi de pouvoir choisir la façon de m'habiller ? Pourquoi cela est si important que les femmes puissent montrer leur visage et les courbes de leur corps ? »)

Comprendre le cadre de référence de l'autre

Une fois que nous avons pris conscience de nos propres normes culturelles, valeurs, codes, nous sommes prêts à ouvrir nos yeux sur l'autre. Les objectifs de cette phase sont :

- 🔦 acquérir une idée plus élaborée sur les valeurs, normes, codes culturels des personnes d'autres cultures, en allant au-delà des hypothèses simplistes et des stéréotypes
- 🔦 prendre conscience des multiples facteurs qui peuvent influencer le cadre de référence de l'autre

À ce stade, les professionnels acquièrent des outils de l'anthropologie culturelle pour observer, demander, analyser les codes culturels, et créer une « grille » qui permettra de prendre en compte les différents éléments (p. ex. pour les professionnels qui travaillent avec des immigrés, une « grille » permettrait de déterminer à quel point l'usager est « intégré » ou « acculturé » dans la société d'accueil, pour éviter de lui attribuer des valeurs culturelles ou des codes de sa culture d'origine que cette personne n'utilise plus aujourd'hui)

Les compétences requises pour cette phase sont :

- 🪄 Oser être curieux : Cohen-Emerique a observé que bien souvent les professionnels ont des idées reçues, des hypothèses sur le fonctionnement des autres cultures, simplement parce qu'ils n'osent pas être curieux, et ne mènent pas l'enquête, par peur d'envahir l'intimité de l'autre, et leur « droit » d'être une entité culturelle invisible, différente de la culture dominante. C'est pourquoi, bien souvent les professionnels n'osent pas poser de questions à l'usager alors qu'ils sont dans une situation ou face à un comportement, qui est « bizarre » pour eux, alors même qu'ils auraient pu prendre cette opportunité pour mieux comprendre pourquoi cette personne a réagi de telles ou telles manières ;
- 🪄 Observation (p. ex. être capable de remarquer que les Japonais ne se serrent pas la main, leur rituel de salutation se faisant autrement)
- 🪄 Connecter systématiquement nos observations à nos connaissances et nos pratiques (p. ex. élargir nos représentations de ce qu'est un rituel de salutation, et petit à petit, apprendre les nuances de la révérence japonaise)

Négociation :

La troisième étape, la négociation, implique de trouver une solution à un problème concret, de telle manière que cette solution respecte autant que possible, les identités des deux parties. À ce stade, les professionnels acquièrent des outils de communication et de négociation. Différentes attitudes et compétences peuvent être développées pour améliorer la négociation :

- 🪄 Une écoute active, une communication non violente : écouter l'autre, ne pas seulement se concentrer sur ce que l'on souhaite accomplir et sur notre propre « ligne »
- 🪄 Résister au fait de vouloir « tourner la page » : éviter de stopper la communication pour éviter de terminer la relation/interaction dans un contexte émotionnel éprouvant, et des situations menaçantes
- 🪄 Prendre conscience de la communication non verbale (de notre part, et de la part de l'autre)
- 🪄 La capacité à passer de la sphère personnelle à la sphère professionnelle pour maintenir la relation : lorsqu'il y a un blocage, prendre conscience que de passer de l'un à l'autre registre peut être une ressource pour maintenir la connexion

Dans ce chapitre, nous avons abordé la question de la communication interculturelle. Puisqu'une rencontre interculturelle est basée sur la rencontre entre deux personnes portant deux paires de « lunettes culturelles » différentes, de quoi parlons-nous alors, lorsque nous parlons de communication intergénérationnelle ?

De notre point de vue, la communication intergénérationnelle est un aspect de la communication interculturelle. Ainsi, la première étape pour mieux communiquer est de mieux comprendre le cadre de référence de chaque génération. Ensuite, les Seniors et les jeunes seront à même de pouvoir évaluer les différences et d'en tirer les avantages.

La relation interculturelle permet à chacun-e de trouver sa place et de créer un réel dialogue qui respecte et prend en compte les identités de chacun-e.

BIBLIOGRAPHIE

- ATTIAS-DONFUT Claudine, 1988, *Sociologie des Générations: l'Empreinte du Temps*, 1re éd., Paris, Presses Universitaires de France (coll. « Le Sociologue »), 249 p.
- BAHUAUD Myriam, DESTAL Corinne et PECOLO Agnès, 2012, *Âges et Générations la Communication Revisite ses Publics*, Pessac, Presses Universitaires de Bordeaux.
- BONDY Andy et FROST Lori, 2001, *A Picture's Worth: PECS and Other Visual Communication Strategies in Autism*, 1st ed., Bethesda, MD, Woodbine House (coll. « Topics in Autism »), 155 p.
- CHARTRAND, T. L. et BARGH, J. A., 1999, « The Chameleon Effect: The Perception-Behavior Link and Social Interaction », 1999, n° 76, (coll. « Journal of Personality and Social Psychology »), p. 893-910.
- DEMORGON Jean et ABDALLAH-PRETCEILLE Martine (eds.), 1999, *Guide de l'Interculturel en Formation*, Paris, Retz (coll. « Au Cœur de la Formation »), 349 p.
- GILES HOWARD et TANIA OGAY, 2007, « Communication Accommodation Theory » dans Bryan B. Whaley et Wendy Santer (eds.), *Explaining Communication: Contemporary Theories and Exemplars*, Mahwah, N.J, Lawrence Erlbaum Associates (coll. « Lea's Communication Series »).
- GOFFMAN Erving, 1990, *The Presentation of Self in Everyday Life*, Repr., London, Penguin, 251 p.
- GOLDSMITH et DAENA, 2007, « Brown and Levinson's Politeness Theory » dans Bryan B. Whaley et Wendy Santer (eds.), *Explaining Communication: Contemporary Theories and Exemplars*, Mahwah, N.J, Lawrence Erlbaum Associates (coll. « Lea's Communication Series »).
- HALL Edward T., 1990a, *The Hidden Dimension*, New York, Anchor Books, 217 p.
- HALL Edward T., 1990b, *The Silent Language*, New York, Anchor Books, 209 p.
- KNAPP Mark L., HALL Judith A. et HORGAN Terrence G., 2014, *Nonverbal Communication in Human Interaction*, Eighth Edition., Boston, MA, USA, Wadsworth, Cengage Learning, 510 p.
- KREMER P., « Des Crèches et des Maisons de Retraite Bousculent les Frontières Entre Générations – L' « Intergénérationnel », du Discours à la Réalité », *Le Monde*, 25 janvier 2001.
- MARGALIT COHEN-EMERIQUE, 1999, « Le Choc Culturel, Méthode de Formation et Outil de Recherche » dans Jean Demorgon et Martine Abdallah-Pretceille (eds.), *Guide de l'Interculturel en Formation*, Paris, Retz (coll. « Au Cœur de la Formation »), p. 301-315.
- MYRIAM BAHUAUD, CORINNE DESTAL et AGNÈS PECOLO, 2011, « L'Approche Générationnelle de la Communication: Placer les Publics au Cœur du Processus », 2011, (coll. « Communication et Organisation »), p. 518.
- QUÉNIART Anne et HURTUBISE Roch, 2009, *L'Intergénérationnel: Regards Pluridisciplinaires*, Rennes, Presses de l'École des Hautes Études en Santé Publique.
- REBOUÇAS Cristiana Brasil de Almeida, PAGLIUCA Lorita Marlena Freitag et ALMEIDA Paulo César de, 2007, « Non-verbal Communication: Aspects Observed During Nursing Consultations with Blind Patients », *Escola Anna Nery*, mars 2007, vol. 11, n° 1, p. 384-3.

TRAVAILLER AVEC DES SENIORS

INTRODUCTION

Le projet ALADDIN vise à renforcer le développement de compétences basiques : en langue, en communication, ainsi que dans le domaine de l'entrepreneuriat des jeunes adultes, grâce à des ateliers intergénérationnels animés par des Seniors bénévoles en risque d'isolement, à travers les techniques du conte.

Les partenaires d'ALADDIN ont déterminés que l'âge du groupe cible serait de 55 ans et plus. Certains dans ce groupe, vivront jusqu'à 105 ans, peut-être plus. Les Seniors de ce groupe cible peuvent donc avoir des écarts d'âge important.

Quelle est donc la terminologie utilisée pour ces personnes ? Quelques exemples pourraient être : les personnes âgées, les plus âgés, les « vieux », les « vieilles », les retraités, les personnes matures, et ainsi de suite. Dans les différents pays à travers l'Europe on les nomme « Mayores », « Elders », « the one who are getting older ».

Dans le cas du projet ALADDIN, nous appellerons ce groupe les Seniors. Le/la plus malin-e d'entre vous, aura remarqué quelque chose d'autre. Quelque chose qui peut seulement s'exprimer à l'écrit. En mettant une lettre capitale au début du mot, nous souhaitons manifester notre honneur et notre respect pour ces personnes, simplement pour avoir atteint un certain âge, et donc, un certain stade de la vie.

DE QUOI PARLONS-NOUS QUAND NOUS PARLONS DE SÉNIORS « À RISQUE » ?

Les influences sociétales ont comme conséquences que les Seniors sont souvent, pratiquement toujours, marginalisés. Osons dire qu'ils deviennent « commercialement » moins viables. Les Seniors sont « tenues à l'écart » des autres ; les vacances pour les Personnes Âgées, les clubs, les associations, et particulièrement quand ils n'ont plus « l'âge de travailler » ils sont alors envoyés dans des instituts, des pensions, des maisons de retraite, des résidences...

Beaucoup de Seniors sont socialement isolés, ou du moins, ils ont le sentiment d'être socialement isolés. Parfois ils vivent loin de leurs ami-e-s et de leur famille, bien qu'ils vivent avec leurs pairs. Ils peuvent avoir, ou ressentir, une perte due à leur inactivité professionnelle. Ce sont évidemment des défis aussi bien psychologiques que financiers. Ils ont peut-être le sentiment d'avoir perdu leur but, leur identité, leur routine, leurs connexions au niveau de la communauté ; ils peuvent avoir le sentiment que la société opère à une vitesse bien différente de la leur, souvent à une vitesse beaucoup plus élevée. Ils ont peut-être perdu leur estime de soi, et leurs espoirs et leurs rêves sont effacés ou ont disparu. Ils peuvent potentiellement être en déclin physique (et psychologique). Ils peuvent avoir l'impression d'être sans valeur, de ne pas réussir à gérer leur avancée dans l'âge, et d'être un poids pour les autres. Selon Helen Webb, de l'organisation Guinness Care and Support (UK), la dépression affecte 1 Senior sur 5 et 2 Seniors sur 5 sont résidents dans des maisons de retraite. Les Seniors « à risque » sont souvent exclus socialement et leur bien-être est « à risque » de s'effondrer.

QUELS SONT LES DÉFIS ET LES OBSTACLES À TRAVAILLER AVEC DES SÉNIORS « À RISQUES » ?

La nature humaine est faite d'un certain nombre de stéréotypes négatifs. Les Seniors peuvent avoir l'impression de ne pas « connaître » les jeunes ; ils peuvent aller plus loin dans les stéréotypes et dire que les jeunes n'apportent rien à la société, ou bien même avoir peur d'eux.

Comme dans chaque groupe de personnes, il peut y avoir de la crainte. Cela peut s'ajouter aux questionnements « Qu'est-ce que j'ai à offrir ? » ; leur « voix intérieure » peut même les amener à penser qu'ils ne sont plus d'aucune utilité « les choses étaient bien meilleures de mon temps ». La peur de l'inconnu peut également être présente ; les Personnes Âgées peuvent avoir l'impression de ne pas être assez douées. Elles peuvent faire preuve de résistance. Il peut aussi il y avoir des défis physiques, comme la mobilité par exemple. Leurs compétences communicationnelles pourraient être très peu sollicitées et ainsi, cela peut potentiellement être difficile de les comprendre.

Cependant, ces Seniors « à risque » ont un capital de connaissances et d'expériences très riche, et leurs ressources internes peuvent se prouver très utiles pour le développement de compétences basiques pour l'intégration et le développement personnel des Jeunes.

En outre, les Seniors ont toujours la capacité d'apprendre de nouvelles méthodologies, comme les techniques du conte, afin de communiquer et de transférer leurs connaissances et leurs compétences aux Jeunes Adultes.

Le prochain chapitre abordera comment faciliter le processus d'apprentissage des Seniors et comment les valoriser.

COMMENT FACILITER LE PROCESSUS D'APPRENTISSAGE DES SENIORS ?

Ce chapitre a pour but de vous donner un cadre général concernant le processus d'apprentissage des Seniors. Plusieurs points seront évoqués concernant les différentes étapes du processus d'apprentissage. Étant donné que les Seniors vont devoir apprendre une méthode, celle des techniques du conte, il est utile d'être conscient des différents aspects cognitifs dont il est nécessaire de prendre en compte, afin d'atteindre cet objectif. Pour mieux comprendre le processus d'apprentissage, ce chapitre sera étayé d'information relevant du domaine de la neuroscience.

Les Seniors peuvent apprendre : les neuroscientifiques ont prouvé que le cerveau a une grande capacité d'adaptation selon son environnement : ils appellent cela, la plasticité. C'est une des caractéristiques du cerveau humain, qui reste vrai à tous les stades de la vie.

Chez les adultes plus âgés, l'aisance ou l'expérience dans une tâche donnée peut réduire le niveau d'activité cérébrale : on peut considérer cela comme une preuve d'un traitement plus efficace. Les études ont montrées qu'apprendre peut limiter le déclin cérébral : plus les personnes d'âge mûr ont l'occasion d'apprendre (via des cours pour adultes, leur métier ou des activités sociales), plus elles ont de chances de retarder l'apparition de maladies neurodégénératives, ou d'en limiter le développement.

La plupart des personnes âgées ont tout le bagage nécessaire pour continuer à développer leurs facultés intellectuelles. Le plus grand obstacle auquel elles doivent faire face pour y arriver est l'image négative qu'elles ont d'elles-mêmes, qui est à l'image de ce que la société leur renvoie.

La personne âgée qui éprouve de l'anxiété ou de la peur réussit difficilement à se motiver à apprendre, à se concentrer ou à être dans une disposition d'esprit favorable à l'apprentissage (ceci est vrai à tout âge !)

Comment pouvons-nous alors renforcer et valoriser l'estime de soi des apprenants dans un contexte d'apprentissage ?

Roberto Rosler, qui est à la fois un Professeur et un Neurochirurgien, suggère dans un article « Cours Cérébralement Conviviaux pour que vos Élèves se Rappelent de ce que vous Enseignez » :

POUR ÉVEILLER L'ATTENTION

Présentez des faits curieux : les nouveautés sont attrayantes pour le cerveau. Le tronc cérébral filtre l'information sensorielle et quand il perçoit quelque chose de nouveau il libère de la noradrénaline pour réveiller le cerveau. Pour ce faire, vous pouvez utiliser des accessoires sonores ou visuels inhabituels pour les participants.




POUR STIMULER LA MÉMOIRE

Au centre du cerveau humain se trouve un ensemble de structures parfois appelé « cerveau émotionnel » : le système limbique. On sait aujourd'hui que nos émotions ont un impact très important sur les tissus neurologiques. Quant aux émotions positives, l'un des plus grands facteurs de motivation est ce sentiment d'illumination qui se produit lorsqu'on comprend un nouveau concept ; le cerveau réagit très bien à cette sensation. Les formateurs devraient faire en sorte que

les participants découvrent et puissent sentir le plaisir de comprendre, rendant l'expérience d'apprentissage très agréable.

En outre, pour le Dr Rosler, inclure les émotions dans l'éducation est un excellent moyen d'atteindre les apprenants. Quand l'amygdale (le cerveau) détecte une émotion, cela renforce les zones d'activités qui sont reliées à la construction de la mémoire. Par exemple, il suggère de mettre de la musique liée au sujet évoqué. La mélodie éveille les émotions et aide ainsi à consolider la mémoire.

D'autres stratégies pour renforcer la mémoire :

-  Les sujets abordés doivent être pertinents aux yeux des apprenants, ce qui implique qu'ils puissent associer le contenu à des faits importants pour eux (reliés à leur vie de tous les jours). Cela va les aider à rapidement relier la nouvelle information avec leurs connaissances antérieures. Les participants se souviennent de ce qui est lié à leur vie.
-  Les participants doivent avoir la possibilité et le temps pour réfléchir. Cela implique qu'ils aient le temps nécessaire pour réfléchir à cette nouvelle information, la manipuler dans leur mémoire de travail, en la reliant à d'autres connaissances sur le même sujet.
-  Quand ils manipulent cette nouvelle information dans leur mémoire de travail, les apprenants vont la connecter aux informations plus anciennes qu'ils ont dans leur mémoire à long terme, en cherchant un « crochet » auquel accrocher cette nouvelle information. La capacité à réfléchir à la nouvelle information, et à pouvoir la combiner avec des connaissances plus anciennes est essentielle afin que la nouvelle information transite de la mémoire de travail à la mémoire à long terme.

RECODIFIER

Cette étape est liée à l'opportunité des apprenants à « parler » de l'information reçue, avec leurs propres mots. On se souvient généralement bien mieux ce que l'on produit. Si les apprenants peuvent créer leur propre explication d'un concept, cela les aidera à garder cette information dans leur mémoire à long terme.

RENFORCER

L'objectif est de savoir si les apprenants ont compris les concepts enseignés par une évaluation formative sans note et en leur fournissant des remarques appropriées.

L'évaluation est vitale pour l'apprentissage et permet également aux étudiants de modifier leur compréhension conceptuelle avant la pratique afin que l'information soit déposée dans la mémoire à long terme.

Les formateurs peuvent utiliser des examens à faire entre pairs, à partir d'activités informatiques qui permettent aux étudiants d'avoir un retour immédiat sur leur performance, ou sur une tâche d'apprentissage qui pourra être rapidement corrigée et stockée. Les apprenants ne sont pas conscients des connaissances qu'ils ont avant de passer par l'étape « décodage » et l'étape de « renforcement ».

Pratiquer est essentiel pour que l'information se transfère de la mémoire de travail à la mémoire à long terme, pour finir sa consolidation. Pour atteindre cet objectif, il est nécessaire de répéter ce procédé de différentes manières. La mémoire doit être stimulée de différentes manières afin qu'elle se consolide dans les différentes parties du cerveau (la même information doit être pratiquée par la mémoire émotionnelle, procédurale, conditionnée...). Pour que l'information se transfère, il est nécessaire d'utiliser autant de circuits possibles, et par conséquent, le plus grand nombre de contexte d'apprentissage que nous pouvons.

La pratique permet des changements permanents dans le réseau des neurones. Si l'information peut être déposée sur tous les chemins de la mémoire, alors les participants pourront y avoir accès également via de multiples façons.

Pour aller au-delà du domaine de la neuroscience, il est également important de citer quelques éléments à prendre en compte, qui relèvent davantage des sciences de l'éducation.

Tout d'abord, le processus d'apprentissage est directement associé avec le comportement du formateur. Dans ce sens, nous conseillons les formateurs de se sentir bien, positif, dans ce qu'ils font, puisque comme nous l'avons mentionné auparavant, les émotions sont très importantes dans un contexte d'apprentissage, et les émotions sont contagieuses ! C'est pourquoi il est nécessaire de présenter les informations avec passion et intérêt. En outre, les formateurs doivent se sentir libres de revendiquer leur personnalité pour animer les ateliers.

Dans un deuxième temps, de notre point de vue, une autre qualité majeure d'un formateur est la flexibilité. Les formateurs doivent se « mettre au niveau » des personnes avec lesquelles ils travaillent, en gardant toujours à l'esprit cette question : les participants sont intéressés par quoi ? Ainsi, les formateurs doivent pouvoir adapter les ateliers selon les besoins exprimés par les participants.

Enfin, suivant la même idée que celle de la musique dans les ateliers, il pourrait aussi être intéressant de proposer des activités manuelles à la place d'une « table ronde où chacun doit raconter son histoire ». En effet, utiliser les activités manuelles en parallèle du fait de raconter une histoire peut être un moyen d'amener les participants à s'ouvrir et à partager des histoires. D'autre part, il pourrait aussi être pertinent de ramener des objets pour que les participants puissent les manipuler avec leurs mains. Alors que l'on pourrait penser que les participants vont être distraits par le fait d'avoir quelque chose dans les mains, cela pourrait avoir l'effet tout à fait contraire : leurs mains seront « occupées » avec « quelque

chose » et donc leur esprit et leurs oreilles seront tout à fait disposés à écouter et à se concentrer sur les histoires qui seront racontées. À l'Université d'Helsinki par exemple, les étudiants sont encouragés à tricoter lorsqu'ils ont des cours sur le textile.

Enfin, les formateurs pourraient favoriser le partage des repas : après tout, se rassembler dans un cercle pour manger ensemble et se raconter des histoires se fait depuis des milliers d'années...

Tout au long de ce chapitre, nous avons détaillé un potentiel « plan d'action » afin de renforcer le processus d'apprentissage des Seniors. Les Seniors ont les capacités physiologiques pour apprendre, et ils devraient continuer de le faire. À travers le projet d'ALADDIN, les Seniors vont apprendre comment utiliser les techniques du conte afin d'aider les jeunes à développer des compétences en langue, des compétences sociales et communicationnelles. Mais ce ne sont pas que les jeunes qui vont acquérir de nouvelles compétences, les Seniors aussi, en s'engageant dans une rencontre interculturelle et intergénérationnelle. Dans ce sens, les deux parties seront engagées à apprendre l'une de l'autre, tel est là, le vrai pouvoir du conte.

COMMENT VALORISER LES SENIORS?

Dans cette partie, nous allons examiner quels sont les défis auxquels les Seniors doivent faire face, avant et après la retraite ; quels sont les besoins des Seniors à ce stade de la vie, et comment pouvons-nous les valoriser.

Après la retraite, les personnes font généralement face à une série de changements qui peuvent être difficiles à affronter : sans activité professionnelle, elles peuvent perdre un pilier important de leur identité, un rôle majeur dans la société. Elles peuvent avoir le sentiment de ne plus être utile pour la société, et même d'être devenu un fardeau pour les jeunes générations. Elles perdent aussi une partie de leur réseau : rester en contact avec ses ex-collègues, sa famille peut bien sûr arriver, mais ce n'est plus une routine quotidienne ; cela demande des efforts des deux côtés, et généralement cela s'estompe avec le temps. D'un seul coup, elles vont avoir beaucoup de temps libre, et cela peut mener à un sentiment d'anxiété : elles doivent trouver un nouveau rôle, de nouveaux objectifs, et un moyen de s'occuper pendant leurs journées. Elles doivent également trouver des tâches à faire qui sont stimulantes, car comme nous l'avons vu précédemment, la stimulation mentale est importante pour retarder le déclin des fonctions cognitives.

D'un autre côté, les Personnes Âgées ont beaucoup à offrir à la communauté : elles ont probablement eu affaire à de nombreux défis personnels et professionnels durant leur vie, qui peuvent valoir le coup d'être partagés avec les jeunes générations.

Lorsque les personnes vieillissent, elles ont affaire de plus en plus à des situations qui sont hors de leur contrôle (p. ex. le décès d'un être cher) et généralement, leur capacité à accepter les émotions négatives (comme la colère, la dépression, l'anxiété)

s'améliore (Shallcross et al, 2013). Elles peuvent également maîtriser d'autres stratégies de régulation émotionnelle par exemple l'acceptation, le fait de pouvoir trouver une solution à un problème (ce dernier est un outil adéquat pour pallier aux défis qui sont à notre portée). Ces changements contribuent au bien-être émotionnel des Seniors (selon différentes études, les personnes de plus de cinquante ans sont généralement plus heureuses que celles entre 20 ans et 40 ans). Les Personnes Âgées peuvent offrir de leur temps, de leur énergie, de leur sagesse, et peuvent parfois même être utile à un niveau plus pratique, par exemple auprès de leur réseau professionnel, ou grâce à leurs différentes connaissances en travaux manuels.

Non seulement elles ont beaucoup à offrir, mais elles ont aussi un besoin profond de pouvoir partager leurs expériences avec les autres. Selon Erik Erikson, un Américain spécialisé en psychologie du développement, il y a plusieurs étapes (appelées « étapes psychologiques ») dans la vie, et chaque étape a ses propres défis. Entre l'âge de 40 et 65 ans (l'étape « génératrice » vs l'étape de « stagnation ») les personnes sont stables dans leur vie et commencent à rendre à la société (à travers le fait d'élever un enfant, à travers leur travail, à travers leur engagement associatif). Si elles ne peuvent pas atteindre ces objectifs, elles peuvent facilement se sentir impuissantes. En ce qui concerne la dernière étape, après 65 ans (l'étape de « l'intégrité ou du désespoir »), les personnes commencent à se demander si elles ont eu une vie qui a eu du sens. Si elles ont le sentiment qu'elles n'ont pas eu l'opportunité de poursuivre des activités

qu'elles trouvaient intéressantes (p. ex. aider les autres, faire de l'art, et d'autres activités de la sorte) lorsqu'elles étaient actives (qu'elles travaillaient), elles peuvent penser que leur vie « ne sert à rien », et cela peut mener au désespoir ou à la dépression. Cependant, il n'est jamais trop tard pour s'engager dans une quelconque activité qui fait sens pour la personne, par exemple le volontariat, le tutorat, et ainsi avoir le sentiment de faire partir de la communauté.

Le volontariat est un moyen formidable de valoriser les Personnes Âgées, afin de mettre à profit leurs compétences et leurs expériences, tout en les intégrant dans la communauté. En effet, il faut se rappeler que le terme « volontariat » vient du latin « voluntarius » qui signifie « faire du bien », ce qui peut être entendu de deux façons : « faire du bien » à quelqu'un et « faire du bien » à soi-même.

Pour les Seniors, le besoin de se sentir actif répond à deux problématiques, celle de la santé mentale, et celle de la santé physique. Les deux, évidemment, amènent au bien-être émotionnel.

Tout d'abord, un projet de recherche qui a été mené par une sociologue française et des professionnels de la santé au sein du Centre d'Études et de Recherche sur la Philanthropie (Cerphi) a montré que la vitalité, le capital social, l'estime de soi, et le plaisir de pouvoir offrir ses services bénévolement dans un environnement associatif étaient des facteurs directs de l'amélioration de la santé physique¹. En outre, une autre recherche menée par Morro-Howell (2010) a montré que les bénéficiaires qui avaient le volontariat sur la santé physique, augmentaient les fonctions physiques, améliorait l'état de santé global, réduisait les symptômes liés à la dépression, et augmentait le sentiment de satisfaction à l'égard de la vie.

Cela ne veut pas dire que pour être en bonne santé ou pour être un « bon » Senior il est nécessaire d'être engagé dans une cause. Cependant il est vrai que la reconnaissance des Seniors dans nos sociétés à avoir avec la reconnaissance de leur utilité sociale et la valeur de celle-ci.

Selon l'évolution démographique mondiale, et le taux de Seniors par rapport à la population globale, le fait de garantir et même d'inciter les Seniors à s'engager dans le bénévolat est le défi actuel auquel font face les sociétés d'aujourd'hui.

Le changement d'identité qui se produit quand les personnes vieillissent ou partent en retraite à travers l'identification de nouvelles ressources de reconnaissance sociale peut se trouver soit dans la sphère privée (le statut de grands-parents par exemple), ou dans la sphère publique (en devenant bénévole par exemple)... encore mieux, ça peut être les deux !

En d'autres termes, nous pouvons même dire que le timing est parfait puisque nos sociétés ont besoin des Seniors et que les Seniors doivent rester actifs ! Il est vrai de toute façon que les Aînés ont toujours été honorés et considérés comme précieux, au temps des « tribus »...

Selon la personnalité, l'histoire, les traditions familiales, différentes motivations peuvent entrer en jeu à différents degrés pour s'engager dans le volontariat : l'envie de se sentir utile ; l'affirmation ou la mise en pratique de ses croyances ; l'implication personnelle dans des valeurs de solidarité et de citoyenneté ; le souhait de transmettre sa passion (sport, arts,...) ; le souhait de transmettre ses connaissances et sa sagesse ; combattre le sentiment d'isolement après l'éloignement de la sphère professionnelle ; l'envie de rencontrer de nouvelles personnes ; le partage et l'échange de connaissances, et plus particulièrement, dans un contexte intergénérationnel ; le besoin de reconnaissance personnelle ; le désir de garder une identité professionnelle...

À n'importe quel moment de la vie, nous avons tous besoin d'avoir un but : ce sentiment ne diminue pas avec l'âge.

COMMENT VALORISER LES SENIORS PENDANT LES ATELIERS ?

Nous souhaitons vous proposer deux types d'activités qui pourraient être intéressants d'organiser avec les Seniors sur le temps des ateliers :

- 1) Formez des groupes de plusieurs participants et demandez-leur de répondre à ce type de questions (chaque participant dans le groupe doit répondre à au moins une question) : « À quelles activités es-tu doué(e) ? » « De quelles compétences as-tu besoin pour faire ces activités ? » « As-tu déjà vécu une situation où tu as résolu un problème ? » et ainsi de suite.

L'objectif de cette activité est d'aider les personnes à prendre conscience de leurs compétences. Ainsi, à la fin de l'activité, elles devraient se sentir valorisées parce qu'elles ont enfin réalisé qu'elles étaient compétentes dans au moins un domaine.

- 2) « L'activité des parties du corps » : Former des groupes parmi les participants et demandez-leur de réfléchir et de répondre à ces questions : « Dans votre famille, quelle partie du corps représentez-vous ? », « Au travail, quelle partie du corps représentez-vous ? », « Avec vos amis, quelle partie du corps représentez-vous ? » Bien sûr, ces questions doivent être adaptées au public cible, et aux personnes présentes lors de l'atelier. Les réponses pourraient être « la tête » pour représenter l'intelligence, ou « les bras » pour représenter quelqu'un de débrouillard ou de fort, ou « les épaules » pour représenter le fait que les gens aiment bien se confier à cette personne, et ainsi de suite. C'est le genre d'activité qui peut être très utile pour que les Seniors prennent conscience de leurs compétences ainsi que pour les valoriser. Cela favorise également la créativité personnelle et celle de groupe.

Les formateurs doivent avoir de l'expérience professionnelle auprès du public cible. Cela serait avantageux sur le plan de la compassion, de l'empathie et du respect. Dans n'importe quel contexte de narration orale, l'accent doit être mis sur la connexion. Ainsi, le formateur devra utiliser sa personnalité, ses connaissances, son expérience et ses intuitions. Le formateur pourrait par exemple chercher des similarités : des anciens boulots, des anciens centres d'intérêt, des voyages... En étant vraiment présent, en écoutant attentivement et activement, le formateur peut ouvrir la voie au partage d'histoires.

Gardons à l'esprit que les Seniors sont des personnes comme vous et moi. En étant chacun au même « niveau », nous pouvons exprimer le meilleur de nous. Lorsque le formateur remarque une opportunité de partager ses propres histoires, qu'il la prenne ! Ayez confiance dans le pouvoir de la narration orale, et le partage d'histoires. Il faut pouvoir permettre aux autres d'avoir l'opportunité d'être inspirés par les histoires de ceux qui les entourent et de pouvoir partager les siennes.

Grâce au projet ALADDIN, les Seniors auront la possibilité de s'engager bénévolement en enseignant les « bases » de la langue, des compétences sociales et communicationnelles, aux Jeunes à travers les techniques du conte. Nous espérons que cela répondra à certains besoins des Seniors comme le souhait de se sentir utile, l'engagement dans des valeurs de solidarité, le souhait de transmettre ses connaissances et sa sagesse, l'envie de combattre le sentiment d'isolement, ainsi que le souhait de partager et d'échanger dans un contexte interculturel et intergénérationnel. D'après les études de Morrow-Howell et du Centre Cerphi, nous espérons que cette expérience aura un impact positif sur les Seniors, aussi bien au niveau physique, que psychique, que des émotions, et certains dirons mêmes, de la spiritualité.

BIBLIOGRAPHIE

Breder É., 2010, *L'Influence du Bénévolat Sur la Santé des Bénévoles*, Cerphi

MORROW-HOWELL Nancy, 2010, « Volunteering in Later Life: Research Frontiers », *The Journals of Gerontology. Series B, Psychological Sciences and Social Sciences*, Juillet 2010, Vol. 65, n° 4, p. 461469.

OCDE/CERI Conférence, *Apprendre au XXIe Siècle : Recherche, Innovation et Politiques (2007), Comprendre le Cerveau : Naissance d'Une Science de l'Apprentissage*, OCDE, Paris. [en ligne] [<http://www.oecd.org/fr/sites/learninginthe21stcenturyresearchinnovationandpolicyapprendreauxxiesieclerechercheinnovationetpolitiques/40583325.pdf>]

SHALLCROSS Amanda J., FORD Brett Q., FLOERKE Victoria A. et MAUSS Iris B., 2013, « Getting Better with Age: The Relationship Between Age, Acceptance, and Negative Affect. », *Journal of Personality and Social Psychology*, 2013, vol. 104, n° 4, p. 734749.

Thierry D., 2010, *L'Engagement Bénévole des Seniors : Une Implication Réfléchie*, France Bénévolat, 22 pages.

La Solidarité Intergénérationnelle dans et par les Associations : du « Faire Pour » au « Faire Ensemble » Etude France Bénévolat 2010, Dirigée par Dominique Thierry, Dossier d'Expériences (Voir www.francebenevolat.org Onglet documentation)

L'Entrée dans la Retraite : Nouveau Départ ou Mort Sociale ? Sous la Direction de D. Thierry (Ed. Liaisons Sociales 2006)

Website :

Associacion Educar <http://asociacioneducar.com/neurotransmisores-aprendizaje>



TRAVAILLER AVEC DES JEUNES

DÉFINITION DU GROUPE CIBLE

Le projet Aladdin vise à travailler avec des jeunes défavorisés. Dans le chapitre suivant, nous tenterons de définir ce groupe cible.

Tout d'abord, nous avons besoin de souligner qu'il existe des différences

Nous avons choisi de travailler avec des jeunes d'une tranche d'âge comprise entre 18 et 30 ans. On peut supposer que les jeunes à cet âge devraient avoir un enseignement élémentaire, bien que nous travaillions avec un grand pourcentage de personnes appelées « déscolarisés » : jeunes qui ont quitté l'école à un âge précoce ainsi que les personnes qui n'ont pas fini leur cursus scolaire et qui n'ont pas de qualifications/études/diplômes. La plupart des programmes de l'UE considèrent comme « jeunes » les personnes jusqu'à leur 30 ans ; c'est également pourquoi nous avons décidé de prendre cet âge comme la limite supérieure. Il faut savoir que le niveau de développement d'une personne de 18 ans diffère de celui d'une personne de 30 ans. Dans ce sens, il peut être utile de travailler avec des groupes composés de participants qui ont plus ou moins le même âge (ex 18 – 21 / 22 – 25 / 26 – 30).

Nous avons délibérément choisi de travailler avec des jeunes défavorisés et nous avons réduit notre définition aux domaines de la citoyenneté active et de l'emploi, excluant les questions de santé, de genre, les problèmes psychologiques et autres enjeux. La définition que nous vous suggérons d'utiliser est la suivante :

La jeunesse défavorisée peut être caractérisée par les jeunes personnes éprouvant des difficultés à gérer leurs choix de vie après avoir terminé leur scolarité et qui ne se sont pas engagées dans des études ou un emploi.²

Dans ce projet, nous aimerions toucher des jeunes qui ne possèdent pas assez de compétences linguistiques pour s'engager entièrement dans la société. Nous pensons principalement aux réfugiés ou aux autres groupes de migrants (première et deuxième génération).

Comme nous l'avons déjà déclaré, tout le monde n'a pas terminé sa scolarité avec un diplôme ni obtenu de certificats/titres, mais ce n'est pas toujours le problème. Certains jeunes ont les bons diplômes, mais ne trouvent pas d'emplois pour d'autres raisons. Dans ces cas-là, nous remarquons souvent qu'ils n'ont pas assez de compétences sociales et communicationnelles. C'est ainsi le troisième groupe cible à aborder.

Pour résumer, voici les problèmes principaux auxquels doivent faire face les jeunes avec lesquels nous travaillons :

ENJEUX EXTERNES

- pas les qualifications/ diplômes appropriés
- pas de diplômes/ qualifications
- discrimination (par exemple, certains employeurs ne veulent pas engager de personnel aux origines étrangères ; plusieurs jeunes d'origine immigrée ont témoigné avoir vécu plusieurs expériences de ce type. Pourtant, aucune étude à ce sujet n'est connue à ce jour, ainsi ce ne sont que des détails anecdotiques actuellement)



ENJEUX INTERNES

- pas de diplômes / qualifications
- faible scolarisation
- faibles compétences en communication
- faibles compétences sociales, incluant:
 - aucune auto discipline
 - aucune auto gestion
- des compétences linguistiques insuffisantes

Nous remarquons que c'est souvent une combinaison de plusieurs facteurs qui peut faire d'une personne « un jeune défavorisé ». Quelqu'un avec des origines étrangères, mais avec beaucoup de discipline trouvera toujours sa voie (bien que ce soit plus difficile que pour une personne autochtone et les troisièmes ou plus anciennes générations d'immigrés). Ainsi, travailler avec des jeunes défavorisés requiert des approches à plusieurs niveaux.

Le projet Aladdin sera réalisé dans plusieurs zones interculturelles, voisines de la ville ou de la région, où différentes cultures cohabitent. Ces voisinages sont souvent appelés « quartiers d'immigrés », « banlieues », « ghettos », et ont leurs propres caractéristiques. Cela requiert de larges connaissances et expériences à propos des cultures de ces quartiers, incluant les cultures de rue. Il convient donc d'impliquer des représentants des groupes cibles, dans l'exécution du projet. L'utilisation de modèles dans la phase de recrutement peut être d'une grande valeur.

COMMENT LES RECRUTER

Recruter des participants pour qu'ils participent à l'atelier n'est pas une chose facile. Il est très important de souligner quels sont les enjeux. Le conte n'est pas vu immédiatement comme un outil qui sera utile pour développer des compétences, ainsi il est nécessaire de convaincre les participants potentiels de l'utilité de cet atelier. L'utilisation de mesures d'encouragement (boissons gratuites, une petite récompense quand quelqu'un réussit un certain niveau, peut être même un diplôme) peut aider à motiver les personnes à participer à l'atelier.

Des documents imprimés comme des posters, des flyers et des brochures n'auront pas un grand effet, mais il peut être utile de les distribuer à des endroits stratégiques comme des Centres pour l'emploi, des Centres d'accueil et d'accompagnement, les points jeunesse, les missions locales...

Par ailleurs, nous pensons que le recrutement via les réseaux sociaux, principalement Facebook, Instagram et possiblement Twitter seraient certainement plus adéquat et donc efficace. Plusieurs jeunes sont actifs sur ces points de rencontre numériques et obtiennent les informations par ce biais. L'utilisation de vidéos et d'images est recommandée, puisque les jeunes avec de faibles compétences linguistiques, communicationnelles et éducatives sont généralement moins à l'aise à recevoir des informations détaillées à partir d'un texte écrit.

Nous conseillons également de recruter des jeunes dans la rue, simplement en parlant avec eux. C'est une façon particulière de recruter qui n'est pas faite pour tout le monde. Il est important que ce travail soit fait par quelqu'un qui se sent à l'aise et en qui le groupe cible peut avoir confiance. Idéalement, cela serait quelqu'un

issu du même milieu que le groupe cible ; collaborer avec les associations locales qui œuvrent pour les jeunes peut également aider dans le « recrutement de rue ».

Enfin et surtout, il est recommandé d'impliquer un ambassadeur, un modèle à suivre dans la campagne de recrutement, quelqu'un qui est connu (au moins dans un contexte local) et qui est admiré. Il peut inspirer et encourager les jeunes à rejoindre le projet.

Concernant le recrutement des jeunes avec de faibles compétences linguistiques, il est bon de traduire les supports promotionnels dans plusieurs langues (ex. : en arabe, quand on travaille avec des réfugiés venus de Syrie ou d'un autre pays de la région du Moyen-Orient ou de l'Afrique).

OUTILS DE COMMUNICATION

La plupart des groupes cibles peuvent être atteints par les mêmes outils communicationnels. Certains d'entre eux ont déjà été mentionnés dans le texte ci-dessus.

Pour faciliter la compréhension des outils communicationnels qui peuvent être utilisés, voici une liste avec des indications sur le groupe cible :

🔦 Multimédias social (principalement Facebook et Instagram) – faibles compétences éducatives, faibles compétences linguistiques (réfugiés)

🔦 Flyers/posters – faibles compétences linguistiques (réfugiés), faibles compétences éducatives (quand ils sont mis à des endroits appropriés, Centres pour l'emploi, ect.)

🔦 Bouche-à-oreille – faibles compétences linguistiques (réfugiés), faibles compétences sociales

🔦 Recruter dans la rue – faibles compétences sociales, faibles compétences de communication, faibles compétences éducatives

🔦 Modèles à suivre – tous les groupes cibles

Bien sûr, le site web du Projet Aladdin est aussi un outil pour communiquer. Cependant, nous sommes conscients du fait d'avoir besoin d'atteindre deux groupes cibles différents : les jeunes et les Seniors ; en outre, les jeunes utilisent de moins en moins les sites web pour obtenir les informations, quant aux Seniors, certains n'utilisent peut-être pas du tout internet. Pour les jeunes adultes, les réseaux sociaux sont le nouveau moyen par lequel nous pouvons diffuser/recevoir des informations.

Dans les prochains chapitres, nous décrirons les besoins de chaque groupe cible

FAIBLES COMPÉTENCES LINGUISTIQUES

Dans la section qui suit, nous soulèverons quelques points qu'il est important d'aborder quand on recrute des jeunes avec des compétences linguistiques faibles. En effet, ceux-ci peuvent, par exemple, ne pas parler la langue du pays d'accueil. Ainsi, certaines stratégies doivent être adoptées pour les amener à participer à des groupes de contes intergénérationnels, avec pour objectif qu'ils soient davantage motivés pour apprendre et travailler dans leur nouvel environnement.

Recommandations particulières pour travailler avec de jeunes adultes avec de faibles compétences linguistiques

Dans le but de capter l'attention des jeunes adultes, il est vivement conseillé d'utiliser l'image (photos, images, dessin, etc.) et d'éviter ainsi les « blocs de texte » afin qu'ils puissent saisir rapidement la signification et les objectifs des ateliers. Pour remplacer ce « bloc de texte » explicatif, des mots clés peuvent être utilisés pour souligner les compétences qu'ils acquerront à travers le programme ainsi que des mots clés pour sou-

ligner l'impact positif qu'un tel atelier peut avoir sur eux : « motivations », « projet professionnel », « développement de compétences », « satisfaction », « rencontre interculturelle »... Dans tous les cas, peu importe l'importance du texte, cela devra être traduit dans plusieurs langues pour avoir un impact plus direct sur eux et leur donner une compréhension plus rapide du contenu des ateliers.

Les informations doivent également insister sur le fait qu'en participant à cet atelier, ce n'est pas une perte de temps, mais au contraire, ils ont tout à y gagner. Cela doit aussi être présenté comme une bonne opportunité pour eux de se sociabiliser avec les autres. Enfin et surtout, il faut spécifier qu'aucun niveau de langue n'est requis pour participer.

Les nouveaux moyens de communication comme Facebook, Twitter et les autres plateformes de réseaux sociaux doivent être utilisés pour diffuser les informations parce que les jeunes adultes utilisent ces multimédias dans leur quotidien.

Pour les associations

Pour inviter les professionnels à diffuser les informations auprès des jeunes adultes, ils auront besoin de suffisamment de description concernant le projet : une description des activités concrètes qui se tiendront pendant les ateliers, des photos et des avis sur les précédents ateliers tenus par l'association. Nous devons insister sur l'impact positif que de tels ateliers peuvent avoir sur ce type de public. De plus, nous devrions promouvoir l'utilisation d'activités/ateliers informels et évidemment souligner l'impact positif des techniques narratives. En effet, l'utilisation de techniques narratives est un outil très utile pour améliorer la connaissance des langues comme des compétences linguistiques (développement du vocabulaire, changement de temps, phrases répétitives, etc.) et les compétences communicationnelles (formation pour parler en public avec assurance, clés pour s'adresser aux gens, etc.)

Types d'association à atteindre

Différents types d'associations pourraient être susceptibles d'être intéressées par ce projet. Tout d'abord, nous devons garder à l'esprit que les personnes étrangères (en particulier les primo-arrivants) ont besoin de « faire des activités », pour les aider à se sociabiliser dans leur nouvel environnement, ou pour les aider à sortir de leur routine administrative ; d'un autre côté, les travailleurs sociaux et les bénévoles qui aident les migrants, cherchent aussi des associations, des structures sociales qui offrent de telles « activités » pour pouvoir guider les immigrants vers ces lieux.

Organisations qui aident les Migrants de différente manière

Il y a des associations spécialisées dans l'information, les conseils, l'accompagnement et l'orientation, principalement pour les demandeurs d'asile. Ce type d'organisations propose généralement des « permanences juridiques » plusieurs fois par semaine. Ces associations sont donc en contact avec plusieurs primo-arrivants et les bénévoles qui

travaillent sont souvent des contacts privilégiés pour exprimer ses besoins. Dans ce sens, les bénévoles qui travaillent pour ce type d'association doivent être capables de 1) communiquer les informations sur l'atelier à plusieurs personnes 2) nous donner des renseignements clés sur les personnes qui seraient potentiellement intéressées.

Le même principe devrait être appliqué aux associations qui travaillent dans le domaine de l'intégration sociale ou celles offrant des activités culturelles et de loisir.

Enfin et surtout nous devons vraiment viser les associations qui offrent des cours de langue, en particulier, les cours de français langue étrangère. En effet, nous pourrions demander l'aide des professeurs pour diffuser les informations sur les ateliers et/ou intervenir directement avec les apprenants.

Le second type de structures est les centres d'hébergement pour les personnes nouvellement arrivées sur le territoire français. En effet, les foyers d'urgence, les centres d'accueil pour demandeurs d'asile, les centres d'accueil pour mineurs étrangers isolés, les centres sociaux, etc. sont des lieux où les immigrants sont généralement accueillis pour quelques semaines ou mois. Généralement, une équipe (composée de travailleurs sociaux, de bénévoles, etc.) essaie de « diriger le lieu ». Dans ce sens, ils auront probablement tendance à vouloir s'impliquer dans des projets comme celui d'Aladdin, dans le but d'en faire bénéficier leurs résidents.



FAIBLES COMPÉTENCES SOCIALES ET ÉDUCATIVES

Dans la section précédente, nous avons abordé les jeunes adultes avec des compétences linguistiques. Cette partie abordant les jeunes adultes avec de faibles compétences sociales et éducatives rencontre quelques similarités.

RECOMMANDATIONS SPÉCIFIQUES POUR TRAVAILLER AVEC DE JEUNES ADULTES AUX FAIBLES COMPÉTENCES ÉDUCATIVES

Une nouvelle fois, cette section est plus ou moins similaire à la précédente. L'imagerie serait le meilleur moyen de communication à utiliser. Si l'on utilise du texte, il est nécessaire d'utiliser un texte divertissant, enjoué, attrayant et qui met en avant un événement social plutôt qu'un atelier uniquement de formation ; certains textes pourraient inclure les compétences qui pourraient être obtenues (ex SEPE au Royaume-Uni – encourageant l'insertion professionnelle et l'efficacité personnelle).

Comme mentionné précédemment, l'utilisation de réseaux sociaux comme Facebook, Twitter et autres serait une manière utile de communiquer les invitations, les propositions et les idées.

Pour les associations

Il faut rappeler que les ateliers et les techniques du conte ne bénéficient pas seulement aux participants, mais ils peuvent aussi bénéficier aux associations et également à l'ensemble de la société. En effet, si quelques-uns de ces événements étaient tenus à « société entière » (ex : invitations envoyées à tous les jeunes de la région), il pourrait y avoir un plus gros potentiel pour la cohésion de la communauté, de la compréhension et de l'empathie de la part des autres. Tout cela à travers la narration et une écoute attentive !

COMMENT GARANTIR LEUR IMPLICATION?

DE MANIÈRE GÉNÉRALE

Dans ce chapitre nous aborderons quelques points généraux qui visent à prendre en compte le travail avec les jeunes adultes "défavorisés" (qu'il s'agisse de jeunes adultes avec de faibles compétences linguistiques ou des jeunes avec un faible niveau scolaire ou de faibles compétences en communication). Cette section explorera les différentes manières de travailler

avec les jeunes et comment les maintenir engagés pendant le processus, il y aura également certains aspects spécifiques qui nécessitent qu'on y prête attention.

Tout d'abord, il est important d'aider les participants à aller à ces ateliers. Il se peut qu'ils ne puissent pas financer le coût du voyage jusqu'à l'atelier – dans ce cas, les organisateurs de l'atelier payeront le coût du voyage. La nourriture et les boissons pendant la session doivent également être offertes.

Il peut aussi être utile d'appeler chaque participant un jour avant chaque séance pour les encourager à se montrer à la séance suivante. Cela serait davantage efficace si celui qui appelle les autres pouvait être choisi parmi les jeunes participants eux-mêmes (non pas par l'organisateur de l'atelier, si possible). Dans ce cas, les organisateurs devront couvrir les coûts des appels téléphoniques ou trouver un endroit à partir duquel le participant volontaire pourra appeler les autres gratuitement.

Dans le cas où certains participants abandonneraient, nous pouvons discuter avec les participants restants sur les raisons pour lesquelles les autres ont abandonné leur demande d'essayer de convaincre les absents de s'engager de nouveau.

L'engagement des jeunes adultes peut être renforcé en leur donnant quelques encouragements. Cela peut se manifester par des tickets de cinéma, des chèques cadeaux, etc. Enfin, il est préférable que l'atelier se déroule sur des jours consécutifs dans le but de maintenir la dynamique du groupe autant que de maintenir les jeunes engagés dans les ateliers.

Dans le but de les maintenir engagés, les formateurs devront prêter attention aux motivations des jeunes. Les jeunes adultes ont besoin de savoir pour quelle raison ils apprennent quelque chose et quels bénéfices ils en tireront. En effet, les adultes ont des besoins d'apprentissage spécifiques générés par les événements de la vie (déménagement, avoir un nouvel emploi, mariage, etc.) (Knowles, 1990). De plus, les adultes sont des apprenants aux «compétences basées» : ils veulent appliquer immédiatement ce qu'ils apprennent (Knowles, 1990). Les formateurs doivent également rappeler aux jeunes que la participation à l'atelier, au partage d'histoires, est volontaire ; ainsi les participants peuvent décider quoi et quand ils voudront partager, selon leurs propres sensations et leur propre rythme.

Il est important que nous célébrions les réussites des participants pendant l'atelier. Cela peut être fait de manières informelles quand un participant apporte une contribution au groupe de travail/ou ont fait un pas en avant dans leurs objectifs personnels. Par exemple, Superact CIC a mis en place un programme de formation homologuée pour les professionnels travaillant dans l'Art, à la fin du programme, les participants obtiennent le diplôme SEPE (Supporting Employability and Personal Effectiveness : encouragement à l'insertion professionnelle et à l'efficacité personnelle). Nous pourrions créer un certificat similaire pour les participants du projet Aladdin. Cela pourrait aider à impliquer les jeunes participants ; non seulement ils acquerront des connaissances pratiques générales pendant l'atelier, mais ils auront également un titre de qualification à montrer à leur potentiel employeur. C'est quelque chose de concret, quelque chose dont ils pourront être fiers.

Une autre manière de les maintenir engagés consiste à leur donner des responsabilités pendant le processus. Une façon simple de procéder serait de les impliquer dans leur travail : apprendre ne doit pas être basé sur une relation verticale (le formateur est le seul à avoir le savoir), mais à un niveau horizontal (chaque participant a quelque chose à enseigner aux autres et à apprendre d'eux en retour). Dans ce sens, les formateurs doivent demander aux participants de venir avec des idées, pour orchestrer leur propre atelier par exemple.

Nous pouvons autrement et également les impliquer dans leur travail en leur donnant des responsabilités dans les tâches quotidiennes ; par exemple, si quelque chose a besoin d'être acheté au supermarché, les formateurs peuvent donner la responsabilité à un ou deux participants d'aller au supermarché eux-mêmes et d'acheter ce dont le groupe a besoin. À leur retour ils pourront raconter comment cela s'est passé ! Dans le but de les maintenir impliqués, il serait également intéressant de penser à un programme de tutorat ou de mentorat. Cela dépend des jeunes avec qui nous travaillerons et de l'ambiance générale. Il y a deux manières d'organiser un programme de tutorat.

Tout d'abord, le principe de mentorat dans ce contexte signifie que les formateurs ne peuvent avoir la double fonction de formateurs et de tuteurs, en d'autres termes, les tuteurs devront être de jeunes personnes qui participent à l'atelier.

Les formateurs doivent essayer d'identifier le « leader » au sein du groupe et lui assigner le rôle d'« assistant ». En effet, le fait qu'un des participants aide les formateurs à donner des directives et s'assure du bon déroulement des activités, participera à impliquer les participants.

Ou encore, un autre moyen serait de faire ainsi pendant les activités : la plupart des activités se dérouleront par groupe de 2 ou 3. Pour chaque activité, les formateurs peuvent assigner un tuteur au groupe, qui devra superviser le bon déroulement de l'activité et être l'intermédiaire choisi pour potentiellement exprimer certaines difficultés rencontrées par les autres participants (qui ne s'exprimeraient pas nécessairement par eux-mêmes à propos de ces difficultés s'il n'y avait pas d'intermédiaire).

Quelques activités pratiques pour maintenir les jeunes engagés

L'étape la plus importante avant de s'engager dans n'importe quelle activité est de créer un environnement sécurisé et confortable (Zemke, 1995) comme construire une bonne dynamique de groupe autour des participants. En effet, cela permettra qu'ils se sentent en sécurité et plus confiants avec eux-mêmes et par rapport aux autres, ce qui est une étape essentielle dans n'importe quel processus d'apprentissage et surtout dans un contexte narratif. Dans le but d'accomplir cette tâche, plusieurs activités pour « briser la glace » et/ou « d'échauffement » peuvent être utilisées pour gagner en confiance, renforcer les relations entre participants et également créer une bonne ambiance visant à impliquer les participants dans leur apprentissage.

Les formateurs doivent finir les séances avec une activité pour réaliser les compétences et les ressources développées et acquises pendant la journée. C'est une étape importante pour que les participants réalisent et soient conscients de la signification et de l'objectif pour lequel ils doivent réussir ces ateliers.

Les formateurs doivent aussi penser à des activités ou devoirs de divertissement à faire pour la prochaine séance, tout d'abord parce que cela les maintiendra impliqués même s'il y a leur présence physique à l'atelier et ensuite cela renforcera la volonté des participants de revenir à la prochaine séance et montrer le travail qu'ils ont accompli pour le devoir. De plus, les formateurs devront aussi stimuler la curiosité des participants au sujet de la prochaine séance, pour les maintenir impliqués dans le processus.

LES SPÉCIFICITÉS SELON CHAQUE GROUPE CIBLE

Jusqu'à présent, nous nous sommes mis d'accord sur différents aspects généraux que chaque formateur doit garder en tête, dans le but de travailler efficacement avec des jeunes, mais également concernant leur implication continue. Pourtant, nous avons aussi noté que chaque groupe cible a ses propres particularités qui doivent aussi être prises en compte. Les chapitres suivants détailleront donc les spécificités de chaque groupe cible tout en se concentrant sur les mêmes questions principales : comment travailler avec eux ? Comment les maintenir impliqués ?

JEUNES AVEC DE FAIBLES COMPÉTENCES LINGUISTIQUES

Dans le chapitre suivant, nous soulèverons quelques points importants comme certaines méthodes qui devront être considérées quand nous travaillerons à l'organisation d'un atelier narratif intergénérationnel avec des jeunes aux faibles compétences linguistiques.

Nous avons déjà mentionné l'importance de donner des responsabilités aux jeunes dans les tâches quotidiennes : cela est encore plus vrai avec des jeunes aux compétences linguistiques faibles. D'un côté, il est important pour les jeunes qui ont envie d'apprendre une nouvelle langue, que le processus d'apprentissage n'ait pas lieu uniquement dans la « classe », mais également dans les situations de la « vraie vie ». Leur donner de telles responsabilités (comme acheter les courses) c'est également leur montrer votre confiance en eux dans leur capacité à communiquer dans une nouvelle langue. D'un autre côté, il serait intéressant de lier leur expérience au « monde extérieur » aux activités de conte. Tout d'abord, cela les aiderait à s'ouvrir et à partager leurs histoires, puis cela leur donnera certainement le sentiment de faire quelque chose de plus concret que de seulement « raconter des histoires ».

Au même niveau, une autre activité pourrait être organisée consistant à aller à la bibliothèque avec les participants et lire des histoires. Cela aura aussi l'avantage de lier la narration au processus d'apprentissage de la langue dans la « vraie vie ».






JEUNES AVEC DE FAIBLES COMPÉTENCES ÉDUCATIVES ET/OU COMMUNICATIVES

Enfin et surtout, les ateliers doivent leur offrir la possibilité de partager une histoire de leur culture, autant que de travailler sur des histoires à propos de sujets qui maintiendraient leur intérêt (ex. : histoires personnelles, histoires vraies, etc.). De plus, il pourrait être intéressant de leur montrer le travail de conteurs de leurs propres cultures pour les maintenir engagés dans les ateliers.

Dans la section suivante, nous soulèverons quelques points qui sont importants à aborder quand nous devons mettre en place des groupes de narration d'histoire intergénérationnelle impliquant de jeunes participants avec un faible niveau d'instruction et/ou des compétences sociales et émotionnelles faibles. Ces deux groupes cibles se superposent de manière significative, c'est la raison pour laquelle nous parlerons de la manière de travailler avec eux dans ce même sous-chapitre.

Avant de commencer et de présenter quelques méthodes utiles quand nous travaillons avec eux, nous aimerions clarifier ce que nous voulons dire par compétences d'apprentissage sociales émotionnelles.

L'apprentissage social émotionnel (SEL) est un concept introduit par l'Association collaborative de l'apprentissage sociale émotionnelle : Association of Social Emotional Learning (CASEL). C'est une organisation basée aux États-Unis qui définit cela comme le développement de cinq domaines de compétence majeurs, tous ces éléments pouvant être par la suite divisés en compétences sociales/émotionnelles plus basiques :

-  Conscience de soi
-  Gestion de soi
-  Conscience sociale
-  Compétences relationnelles
-  Prise de décision responsable

Les deux premières compétences sont au sujet de se connaître et de se gérer soi-même.

La conscience de soi signifie que nous pouvons reconnaître nos émotions, nos besoins et nos motivations ; nous sommes en mesure de reconnaître nos forces et nos faiblesses, en nous connaissant nous pouvons développer le sens de notre conscience de nous.

La gestion de soi signifie que non seulement nous nous connaissons, mais nous pouvons aussi gérer/réguler nos émotions et également notre comportement, nous pouvons exprimer nos besoins avec assurance, nous pouvons définir des objectifs qui s'alignent avec nos forces et peuvent être résistants face dans le cas où nous devrions faire face à des défis, nous prenons des responsabilités pour notre propre comportement et notre bien-être. Les deux prochaines compétences concernent la perception et la « gestion » des autres.

La conscience sociale signifie que nous avons de l'empathie envers les autres, nous sommes conscients de leurs sentiments, leurs besoins et leurs préoccupations, nous pouvons comprendre leur(s) situation(s), nous sommes capables de tenir compte de

leur point de vue. En développant des compétences relationnelles, nous sommes capables de démarrer et de maintenir des relations interpersonnelles enrichissantes, nous pouvons communiquer efficacement, coopérer avec les autres, régler les conflits et nous pouvons aider les autres et demander de l'aide aux autres quand cela est nécessaire. Enfin, la prise de décision responsable signifie que tout en travaillant à nos objectifs et en interagissant avec les autres nous prenons compte notre bien-être et celui des autres ; nous adhérons à des normes sociales et nous nous comportons de manière éthique, avec compassion.

COMMENT LES IMPLIQUER ? _____

Dans le but d'impliquer les jeunes de milieux défavorisés, les sujets couverts par les séances en groupe doivent être pertinents également. Ce qui explique que nous devons inviter des Seniors qui ont réussi des défis similaires à ceux auxquels les jeunes participants font face maintenant. Il est aussi important que les jeunes adultes impliqués comprennent comment l'atelier peut les aider à formuler leurs futurs objectifs, à découvrir de futures opportunités...

Les participants sont aussi invités à instaurer les "règles" du groupe de travail ensemble. En mettant en place ces règles et en les respectant, leurs compétences d'apprentissage sociales émotionnelles peuvent être renforcées (ex : conscience de soi : prise de conscience de leurs propres besoins et désirs, gestion de soi : contrôle de ses émotions et de son comportement, etc.).

Il est important de construire une relation de confiance au sein du groupe. En partageant des histoires personnelles et des conflits (pas seulement résolus) cela pourrait être une bonne manière d'atteindre cet objectif. Pour impliquer les participants, il est important qu'ils soient ouverts pour parler de leurs histoires et qu'ils donnent de vrais souvenirs de leurs expériences sur la question avec d'autres participants. De cette manière, les auditeurs pourront en apprendre davantage sur les sujets spécifiques, les plus pertinents pour eux.

Les jeunes participants devront aussi partager leurs histoires, pour qu'ils sentent qu'ils sont écoutés et compris. Selon une étude récente (Morelli, Torre and Eisenberger, 2014), se sentir compris active des parties du cerveau qui sont associées aux connexions liées au social et à la reconnaissance. Donc sans surprise, cela peut agir comme une gratification sociale et aide à renforcer les liens relationnels.

L'engagement, avec la cohésion de groupe, peut être renforcé pendant l'atelier si les participants créent quelque chose ensemble. Par exemple, ils mettent en place un blog au tout début et ajoutent du contenu après chaque séance. Le contenu doit refléter les intérêts de chaque participant, la création commune du blog pourra renforcer les qualités de coopération des participants (comme d'autres qualités, ex : qualités techniques, de conception.) Cela permettrait aussi de garder les participants actifs entre les séances d'atelier (et ainsi cela assurera une continuité).

COMMENT TRAVAILLER AVEC EUX ? _____

Nous avons déjà mentionné quelques points au-dessus. Il est important que les séances soient interactives, les participants peuvent discuter des domaines qu'ils veulent connaître davantage, et par conséquent, le programme est assez flexible.

En tant que Seniors, les modèles à suivre devront partager des histoires sur leurs faiblesses et leurs erreurs, pas seulement sur les réussites, les jeunes participants pourront se sentir plus à l'aise avec leurs propres désavantages (réels ou fictifs) ainsi.

De plus, en parlant des faiblesses et des erreurs, il est important de reconnaître aussi les forces de chacun, à travers les histoires qu'ils partagent. Même s'ils n'en sont pas conscients, ils possèdent déjà beaucoup de qualités, de méthodes et d'idées sur lesquelles ils peuvent déjà s'appuyer et les développer pour atteindre leurs objectifs. En soulignant ces forces et reconnaissant leurs propres faiblesses, les jeunes participants peuvent évaluer des options plus réalistes et peuvent également commencer à planifier les prochaines étapes qu'ils entreprendront.

Les jeux de rôle peuvent être introduits en plus du partage d'histoires personnelles. Alors que partager des histoires est une très bonne méthode pour ouvrir les gens, évoquer des émotions, connecter les gens,

le jeu de rôle peut aider les participants à pratiquer des compétences particulières d'une manière ludique et expérimentale. Par exemple, les jeux de rôle peuvent montrer comment ils essaient d'habitude de résoudre un conflit et puis ils pourraient avoir des idées supplémentaires sur comment gérer une même situation de différentes manières. Ils pourront aussi essayer de nouvelles options pendant les jeux de rôle, dans un environnement sûr, que représente l'atelier.

Outre le travail en groupe, le travail par paire peut être aussi encouragé ; il donne une opportunité d'être plus actif dans une mise en scène socialement moins menaçante. Le jeu de rôle peut aussi être effectué dans des groupes plus volumineux ou par deux.

BIBLIOGRAPHIE

Morelli, S. A., Torre, J. B., & Eisenberger, N. I. (2014). The Neural Bases of Feeling Understood and Not Understood. *Social Cognitive and Affective Neuroscience*, nst191.

About Social Emotional Learning:

<http://www.casel.org/social-and-emotional-learning/core-competencies/>

About SEPE (Supporting Employability and Personal Effectiveness) Qualification:

<http://www.superact.org.uk/accredited-training/>

LE CONTE

QU'EST-CE QUE LE CONTE?

Le conte a été progressivement découvert comme un outil puissant pour mettre des processus sociaux en mouvement. Le conte implique autant le narrateur que l'auditeur et apporte un contact entre les eux, ce qui rend intéressants les projets de narration en tant que projets visant à connecter les gens. Cette connexion entre êtres humains est nécessaire pour travailler dans une société équilibrée et pacifique.

Le conte a été appliqué dans de nombreux domaines. Cela prouve sa valeur, par exemple dans des projets avec des personnes âgées, que l'on aide par le conte à garder leur passé et leur histoire, ou dans des projets pour immigrés qui utilisent le conte pour renforcer leur identité. Le conte a aussi été découvert par des chefs d'entreprise comme méthodologie pour orienter les entreprises dans leurs réorganisations/évolution, leurs changements culturels ou pour développer une bonne direction.

Qu'est-ce que le conte précisément et comment est-il utilisé? Dans ce chapitre nous donnerons une vue d'ensemble de l'Art du conte et les nombres applications qu'il peut avoir.

Qu'est-ce que nous comprenons par "conte" ?





Dans le programme d'étude des universités de sciences appliquées d'Oslo et d'Akershus où les cours de narration sont offerts par le Département de technologie, d'art et design, le conte traditionnel est décrit ainsi: « Le conte traditionnel est un art et une forme de communication qui crée des images internes dans l'imagination de l'auditeur plutôt que de montrer ou de jouer avec des images visibles. Le conte traditionnel se déroule comme une communication à double sens ouverte et directe entre le narrateur et l'audience et permet une interaction entre les personnes présentes. »

Cette définition réfère à une tradition particulière et peut ainsi écarter un nombre de styles et de technique du conte traditionnel. Pourtant, la définition souligne quelque chose d'essentiel pour le conte traditionnel, l'habilité à créer des images. Cela insiste sur le rôle actif de l'auditeur dans la séance de narration. Basé sur la définition ci-dessus et sur l'importance de l'écoute dans l'art de la narration, nous pouvons définir plusieurs utilisations du conte, autant dans le domaine de l'art que celui de l'application. On peut distinguer sensiblement deux sortes principales de narration :

LA NARRATION THÉÂTRALE

LA NARRATION APLLIQUÉE

Dans la narration appliquée, nous pouvons distinguer quatre sous-catégories :

-  La narration sociale
-  La narration organisationnelle (ou narration dans l'entreprise).
-  La narration curative
-  La narration de société

LA NARRATION THÉÂTRALE

La narration théâtrale est une performance artistique théâtrale. Le performeur utilise des mots et des actions pour révéler des éléments et images d'une histoire tout en encourageant l'imagination de l'auditeur. Le message, sous-entendu ou signifié est acheminé vers l'histoire. Dans ce projet particulier, la nature des histoires avec lesquelles nous allons travailler seront autobiographiques, autrement dit, ce seront les histoires significatives des vies des participants. Un élément important de la narration est l'absence du « quatrième mur », qui représente le mur imaginaire devant la scène qui se tient entre le performeur/acteur/danseur et le public. Contrairement à l'acteur qui, par habitude, concentre son attention sur scène, créant un quatrième mur imaginaire entre lui et le public, le narrateur parlera directement au public et recevra en continu l'inspiration de celui-ci.

Le performeur ne doit pas nécessairement être un professionnel et le lieu ne doit pas être un vrai théâtre, il peut aussi être un bar, un club ou un lieu public, tant qu'il y a une « séparation » entre le narrateur et l'auditeur.

LA NARRATION APPLIQUÉE

La narration appliquée est une narration utilisée dans tout autre contexte que le contexte théâtral. Cependant, la narration appliquée partage plusieurs techniques avec la narration théâtrale. Utiliser des structures narratives et stimuler l'imagination sont aussi importants dans la narration appliquée. Bien sûr, une écoute attentive est également importante !

Nous distinguons quatre catégories de la narration appliquée. Cette classification est assez arbitraire, comme la mise en place de la narration dans différentes situations est presque la même. C'est principalement la situation ou le groupe cible qui diffère. Cela dépend si la narration est utilisée dans des associations, dans le voisinage, dans des entreprises, dans des communautés culturelles ou de genre, dans des environnements thérapeutiques ou dans d'autres environnements.

La narration sociale ou la narration organisationnelle/au sein d'entreprise sont presque les mêmes. Les deux se concentrent sur le changement et le développement d'un « groupe de personnes ». La différence entre les deux est le groupe cible. Alors que la narration organisationnelle traite des procédés au sein de compagnies et d'associations, le terme de narration sociale est habituellement utilisé dans un contexte social ou d'une communauté. L'éducation à travers la narration (ou la narration éducative) est une partie des usages de la narration sociale et/ou organisationnelle. Pour cette raison, nous nous concentrerons sur ce type particulier de narration ci-dessous.

Le principal objectif de la narration curative ou thérapeutique est l'utilisation de contes de fée et de mythes dans différents processus curatifs et/ou thérapeutiques. Les histoires vraies peuvent aussi faire partie du processus thérapeutique. Il y a plusieurs similarités entre la narration sociale et la narration curative, sachant

que cette dernière se concentre plus sur le développement personnel tandis que la première traite plus fréquemment du changement au sein des communautés. La narration curative est souvent utilisée comme un des outils avec un procédé thérapeutique plus important, effectué par un thérapeute professionnel.

L'IMPORTANCE DE LA NARRATION APPLIQUÉE

La plupart des conteurs ne considèrent pas la narration de société comme une réelle narration. La narration de société se réfère à la création d'histoires sur des marques, des compagnies et des entreprises. Cela fait partie du marketing et a pour but d'augmenter les ventes. Même si les structures narratives sont utilisées, la narration de société n'inclut habituellement pas l'auditeur et il n'y a pas ou alors peu d'interaction. Les entreprises ne font que raconter leurs histoires. C'est pourquoi la narration de société n'est souvent pas considérée comme étant une vraie narration dans le sens de la définition mentionnée plus haut.

Tout le monde peut raconter une histoire! Nous sommes des êtres humains narratifs. C'est un don qui nous a été donné. Tout le monde n'en n'est pas conscient. Dans les projets narratifs, nous n'enseignons pas aux gens à raconter une histoire. Nous les rendons juste conscients de leur habilité à raconter une histoire.





La narration dans sa plus ancienne forme de communication a toujours été un moyen pour communiquer des idées, des pensées et des valeurs partagées. La narration est un moyen parfait pour créer et développer le dialogue entre les personnes de plusieurs

origines diverses. La narration aide à définir qui nous sommes. La narration connecte les gens et les communautés. La narration est un outil qui encourage le respect, la compréhension mutuelle et l'acceptation de manière responsable qui souvent est plus profonde que plusieurs autres disciplines qui visent à connecter les gens, utilisant les expériences personnelles et authentiques sur lesquelles les histoires sont basées. L'écoute est tout aussi importante que la narration. Ainsi, les participants apprennent également à écouter et répondre. Apprendre à écouter « l'autre » est une compétence que les participants peuvent utiliser en particulier dans des situations de conflit auxquelles ils peuvent faire face dans leurs propres vies. Écouter quelqu'un est souvent le commencement de la solution. Le procédé actuel est d'écouter l'histoire de quelqu'un, ce qui encourage l'auditeur à exprimer sa propre histoire, ses croyances et ses expériences. La nature profonde de la narration est et a toujours été une histoire qui tend généralement à mener à une autre.

Créer et par-dessus tout raconter une histoire est une compétence assez utile. Quelqu'un qui peut raconter une bonne histoire sera capable de vraiment connecter l'auditeur. Cela contribue également à augmenter la confiance en soi. Quelqu'un qui peut raconter une histoire peut aussi articuler ses propres aspirations, problèmes et peurs, autant qu'articuler ceux des autres.

COMPÉTENCES

La narration appliquée peut être utilisée dans plusieurs différentes situations et procédés, contribuant à différentes compétences. Ces principales compétences peuvent être divisées en quatre catégories:

-  Compétences communicatives, consistant à acquérir des compétences linguistiques
-  Compétences sociales incluant des compétences entrepreneuriales
-  Compétences interculturelles
-  Compétences communicatives

Compétences sociales

Nous avons déjà évoqué plusieurs aspects sociaux de la narration. Créer de la compréhension, augmenter la confiance en soi et augmenter la prise de conscience sont parmi les aspects les plus importants. Pourtant, l'effet cathartique de la narration est également d'une grande importance. « La libération et le soulagement », comme Stuart Packer, narrateur à Superact, l'appelle, la narration aide de nombreuses personnes à trouver leur voie pour faire avec leurs émotions et leurs sentiments. Quand un environnement sécurisé est créé (créer un environnement sécurisé est une des principales conditions pour un projet réussi), les personnes ont davantage tendance à vouloir partager des histoires. De cette manière, le conte peut être curatif, sachant que le narrateur doit toujours avoir conscience du fait qu'il n'est pas un thérapeute (voir ci-dessus).

Compétences (multi)culturelles

Le conte est un outil important dans le travail interculturel et sur l'identité. Traiter de l'identité et des autres identités est un des sujets principaux dans la société actuelle. L'autre et souvent la peur de l'autre est une idée forte. Comme Gene Knudsen Hoffman dit « un ennemi est quelqu'un dont on n'a pas entendu l'histoire ».

En créant une compréhension interculturelle, une des clés est de se raconter son histoire mutuellement. Par ailleurs, apprendre de sa propre culture et sur son identité est aussi important que la confiance en sa propre identité permet aux gens de respecter et même d'apprécier l'identité des autres. Les histoires folkloriques, les histoires vraies et les historiques contribuent à ce renforcement de notre propre identité. Cependant, les histoires nationales et dominantes sont souvent les germes de la guerre et sont trop souvent utilisées pour en supprimer d'autres ou interdire d'autres d'être racontées. Les immigrants occidentaux en Amérique ont essayé d'effacer les cultures indigènes en interdisant leurs histoires (et leur langue). Dans une société multiculturelle équilibrée, il y a de la place pour chaque histoire de chaque communauté et même pour chaque individu. L'écoute attentive est importante autant que le récit, dans la reconnaissance d'autres identités et cultures.

Le conte est un outil très fort pour combattre les préjugés. L'image de l'autre est souvent définie dès le premier regard. Lorsqu'on prend le temps d'écouter l'histoire de chacun, nous apprenons souvent quelque chose de complètement différent. Nous découvrons l'être humain derrière l'image. Ce principe est utilisé par exemple dans les projets de Bibliothèque Humaine débutés dans plusieurs pays (après son invention à Roskilde, Danemark, en 2001). Les individus sont activement invités à écouter l'histoire de quelqu'un d'autre. La plupart du temps cela se termine par un dialogue sur l'histoire qui vient d'être racontée, sur les différences et les similarités. Autant le narrateur que l'auditeur quittent la Bibliothèque Humaine avec un comportement changé et pleins de pensées positives.

L'histoire en direct vs le numérique

Souvent, les gens regrettent que la narration soit une expérience isolée et non répétitive. Aussi, une histoire peut être racontée de nouveau, l'expérience de l'écoute d'une histoire particulière à un moment particulier, à un endroit particulier, se prête à être toujours unique. La plupart des narrateurs et des fans de narration admirent ce fait, mais les autres ont tendance à demander si l'histoire ne peut pas être enregistrée pour la sauvegarder pour des futures générations et des auditeurs absents. Cela représente la dite Histoire Numérique et selon Stuart Packer c'est presque aussi bien. Cela n'a peut-être pas le charme ni le pouvoir de l'histoire en direct, mais cela a d'autres avantages. L'histoire numérique peut atteindre un public plus large et peut être utilisée à n'importe quel moment, à n'importe quel endroit, certainement en utilisant Internet.

Cela fait de l'histoire numérique l'outil parfait pour saisir des histoires historiques et parfois des histoires personnelles et les garder en vie. Cela peut certainement être utilisé dans des projets sur l'histoire récente, racontée par des personnes expérimentées. Souvent les narrateurs et les formateurs en narration qui travaillent dans des maisons de repos pour personnes âgées, collectent des histoires des décennies précédentes. En leur remémorant, les histoires sont gardées et montrées, pour les nouvelles générations et pour que l'héritage culturel immatériel reste en vie.

L'histoire numérique peut aussi être utilisée pour se souvenir des gens. StoryCorps, une association américaine traite du développement de méthodes d'enregistrement d'histoires personnelles, parfois raconté par des gens en phase terminale de leur maladie, parfois évoqué par des gens d'un certain groupe. Dans le dernier exemple, les histoires peuvent aussi être utilisées comme plaidoirie, surtout de nos jours. Une histoire personnelle enregistrée peut être un succès sur les réseaux sociaux et peut être utilisée pour atteindre certains objectifs (comme l'acceptation, le respect, etc.).

Malheureusement, nous voyons que ces méthodes sont parfois saisies par des entreprises commerciales et des associations qui oublient que l'authenticité est également un des aspects clés de la narration.

Les 'Dangers' de la narration

Le cas mentionné ci-dessus est un des exemples des inconvénients de la narration. Comme presque tous les autres outils créatifs, entre de mauvaises mains, utiliser la narration peut conduire à une détérioration de la situation. Un exemple clair est qu'un bon fraudeur est souvent aussi un bon narrateur. C'est pareil pour de bons politiciens, utilisant des histoires pour persuader les gens de voter pour eux, souvent pour ensuite décevoir ses électeurs, car il n'est pas capable d'agir en respectant les propos qu'il a utilisés dans ses histoires. Pourtant, nous savons comment les politiciens et les escrocs travaillent et nous espérons simplement qu'ils n'amélioreront pas leurs compétences narratives dans le but de nous décevoir. Les projets de narration, appliqués et artistiques, peuvent provoquer des émotions fortes. Tous ceux qui ont déjà travaillé avec la narration à plusieurs reprises l'ont expérimentée.

LE CONTE EN GROUPE

Parfois, vous êtes confrontés aux problèmes profonds des participants. Cela peut arriver qu'ils racontent leur histoire pour la première fois. L'environnement sécurisé que le formateur a créé peut paraître si sécurisé que les participants osent partager des choses qu'ils n'auraient pas partagées auparavant. Ils le font directement, ou dissimulés derrière une histoire. Pourtant, chaque formateur doit être conscient du fait que (la plupart du temps) il n'est pas un thérapeute et devrait ainsi diriger le participant vers un professionnel. Cela arrive (trop souvent) que les narrateurs et les formateurs en narration essaient de résoudre des problèmes trop compliqués pour eux, ce qui n'est pas bien pour eux ni pour les personnes qu'ils aident.

Nous avons déjà mentionné que la narration était un outil très puissant dans la communication d'un groupe et pour connecter des personnes. La narration et l'écoute encouragent les gens à se connaître réellement et à apprendre les uns des autres et ainsi à se comprendre.

Pour cette raison, nous considérons le travail en groupe comme une part essentielle de la plupart des projets de narration appliquée. Mettre les personnes ensemble dans une seule pièce et leur faciliter la tâche avec une structure pour commencer à se parler est un des points de départ d'un tel projet. Les techniques narratives et de dialogue sont très importantes dans ce procédé. Peut-être même que le plus important est d'avoir un objectif clair de ce que les résultats du groupe de travail doivent être. Seulement, réunir des gens sans une idée précise est même susceptible de fragiliser le procédé.

Cela dépend vraiment de la composition du groupe, quelles méthodes seront appliquées pour travailler avec. En travaillant avec un groupe de femmes âgées cherchant à partager leurs histoires de voisinage est plus facile que de travailler avec de jeunes juifs et de jeunes arabes d'Israël. Ainsi, pour chaque projet il faut qu'un programme particulier soit élaboré, basé sur des connaissances à propos du groupe particulier.

Pourtant, quelques conditions sont applicables pour tous les groupes de travail dans les projets de narration. Les gens doivent se sentir sécurisés dans le groupe. Créer un environnement sécurisé est nécessaire si vous voulez que les gens s'expriment et « lâchent prise ». Nous recommandons de le mentionner immédiatement, au début du groupe de travail. Le formateur passe un accord avec le groupe consistant à promettre que tout ce qui est dit dans la pièce reste dans la pièce. Le formateur a besoin de trouver un socle commun, où tous les participants peuvent s'y rapporter et où ils peuvent se retrouver.

L'avantage de travailler avec des groupes est que vous avez déjà des personnes qui racontent et d'autres qui écoutent (écoute attentive et critique) dans le même espace. Une bonne manière d'utiliser ce potentiel est de demander aux participants de travailler ensemble en petits groupes dans le but que chacun s'aide en collectant et en créant des histoires. Cela influence les dynamiques du projet de manière positive comme les participants peuvent vérifier immédiatement si les idées fonctionnent, discuter des enjeux et tester les moyens de mettre en avant les choses. De plus, montrer votre insécurité est plus facile dans un petit groupe plutôt que face à un grand auditoire. Cela aide les gens à travailler sur leur confiance en eux.

Il est aussi conseillé d'impliquer le groupe entier dans le fait de donner son avis. Cela entraîne les gens à être critique de manière constructive et cela montre qu'en collaborant la qualité des histoires peut augmenter à un niveau inattendu. Deuxièmement, en voyant d'autres participants raconter leurs histoires et en étant « obligé » de donner son avis, les gens verront aussi leur histoire en comparaison à celle qu'ils devront juger et ils découvriront les forces et les faiblesses de leurs propres histoires plus facilement.

De plus, les participants du programme de narration ont souvent plus en commun avec le public avec lequel ils veulent raconter leurs histoires plutôt que le formateur. Ainsi, les participants sont souvent et

de loin les meilleurs juges d'une histoire et les meilleurs conseillers sur la façon de la rendre meilleure. La tâche du formateur est principalement de conduire ou faciliter ce processus, justement et correctement.

LE CONTE COMME OUTIL POUR LE DÉVELOPPEMENT DE COMPÉTENCES LINGUISTIQUES

Le conte est un outil complet pour développer des compétences en langue. Les techniques du conte aident à lier les langues et les cultures et ainsi aide l'apprenant à se sentir plus en sécurité et à l'aise dans le processus d'apprentissage. Enfin et surtout, le narrateur peut souligner la beauté d'une langue à travers le conte et ainsi stimuler les apprenants pour qu'ils apprennent et pratiquent cette langue.

Le conte a plusieurs valeurs clés pour la personne qui raconte l'histoire et pour les gens qui écoutent l'histoire racontée.

Avant que les apprenants ne commencent à raconter leurs histoires, ils écouteront des histoires racontées. Le langage se trouve à la base de notre culture. Dans ce sens, il est important de donner aux jeunes adultes des expériences riches en mots, en sons, en intonation et en rythme tout en construisant un sens à travers l'utilisation de la langue (Sheherazade, 2011 : 23). De plus, écouter des histoires est une expérience sociale qui aidera à développer la narration orale. En effet, écouter et partager des histoires peut faire prendre conscience aux adultes que cela peut les aider à s'exprimer, à écouter et même à lire et écrire (Sheherazade, 2011 : 23).

Jusqu'à présent nous avons nommé plusieurs bénéfices de l'écoute du conte dans le but d'améliorer ses compétences en langue. Les avantages suivants du conte seront abordés, concernant tout d'abord les compétences que l'apprenant va acquérir en racontant une histoire, mais également ce qu'apporte la situation lorsque les apprenants écoutent les histoires des autres.

Tout d'abord, le conte encourage à parler (Kirkpatrick, 2012). En effet, le conte est un véritable outil pour aider à améliorer la fluidité des jeunes adultes avec de faibles compétences en langue. À travers le conte ils acquerront des compétences qui les aideront à communiquer dans leur quotidien. Ces compétences comprennent : le développement de la mémoire, des compétences d'observation, le développement du vocabulaire, de la chronologie, résolution de problèmes, implication dans des jeux de langage et faire des prédictions (Parker Watking, 2010).

Le développement du vocabulaire est un enjeu clé dans le processus d'apprentissage de la langue. Dans ce sens, les histoires traditionnelles offrent habituellement un vocabulaire plus large et une grammaire plus complexe qu'une conversation « normale » (Sheherazade, 2011 : 23). À travers des références culturelle et sociale transmises par le conte, plusieurs thèmes peuvent surgir et être utilisés comme une manière d'acquérir plus de vocabulaire :

- 🪄 Vie quotidienne: Nourriture, manières à avoir à table
- 🪄 Relations interpersonnelles: par exemple relations entre les genres, structure et relations familiales, la relation entre différentes générations
- 🪄 Valeurs et comportement face à : classe sociale, groupes socioprofessionnels
- 🪄 'Manières': par exemple conventions sur l'hospitalité qui est donnée et reçue (cadeaux, boisson, repas), tabous sur ce que l'on dit ou comment on se comporte
- 🪄 Rituels: comme dans la religion, rituels liés à la naissance, au mariage, à la mort... (Clerc, 2010)
- 🪄 Le conte permet le développement de quelques compétences orales telles que :
 - 🪄 Compétences physiques: apprendre à 'faire un discours' (voix, respiration, posture corporelle, etc.), oser parler dans le but d'être écouté (énoncer, parler fort)
 - 🪄 Compétences en communication: s'adresser à des personnes qui ne connaissent pas une histoire dans le but qu'ils la comprennent, qu'ils apprennent « comment on dit » (utiliser un vocabulaire approprié, s'entraîner à parler en public) et apprendre à écouter les autres (écoute attentive)
 - 🪄 Compétences en langue: dialogues, changement de temps (présent, passé, futur), connecteurs logiques, l'usage de la préposition et la concordance des temps, les phrases répétitives

LE CONTE COMME OUTIL POUR LE DÉVELOPPEMENT DE COMPÉTENCES ENTREPREUNARIALES

Lorsque nous abordons l'utilisation du conte dans l'acquisition de compétences entrepreneuriales il est nécessaire de définir l'entrepreneuriat et de définir les sortes d'entrepreneuriat sur lesquelles nous nous concentrons. Un entrepreneur est défini comme une personne qui organise ou gère une ou des affaires. Le terme d'entrepreneur est généralement attribué à un économiste français Jean-Baptiste Say, alors qu'il se trouve que le premier à l'avoir défini est l'économiste franco-irlandais Richard Cantillon (Brewer, 1992). Les aspects principaux de l'entrepreneuriat sont la capacité et la volonté de développer, organiser et gérer une entreprise commerciale sans qu'il y ait de risque pour faire du profit. L'exemple le

plus évident est que l'entrepreneuriat est le commencement de nouveaux commerces³

Selon notre vision des choses, cela va plus loin que la perspective purement économique. La plupart des explications et des interprétations de l'entrepreneuriat sont menées par une maximisation du profit. Nous considérons un esprit entrepreneurial comme étant nécessaire pour débiter des projets adaptés, dans les affaires tout comme dans les domaines social et culturel. De plus, esprit entrepreneurial est une des clés caractéristiques d'un citoyen actif.

Qu'est-ce que nous entendons par cet esprit entrepreneurial? Dans des études sur l'entrepreneuriat, plusieurs éléments sont mentionnés. Ci-dessous nous résumons les plus importants, ainsi, un entrepreneur:

- 🧞 A confiance en lui et a plusieurs compétences. Il peut faire le produit, le mettre sur le marché et compter l'argent, mais surtout il est toujours confiant ce qui le met à l'aise dans ses mouvements « en territoire inconnu »
- 🧞 Reste confiant face aux difficultés et aux circonstances décourageantes
- 🧞 Possède des capacités d'innovation. Ce n'est pas un « inventeur » dans le sens traditionnel, mais il est capable de se faire sa place sur le marché du travail, souvent invisible par rapport aux autres
- 🧞 Est un innovateur qui souhaite obtenir des résultats. Pour réussir, cela requiert de la motivation pour fixer des objectifs et prendre du plaisir à les accomplir
- 🧞 Est un preneur de risques, tout en sachant les mesurer
- 🧞 Est déterminé, dynamique, et dévoué au travail
- 🧞 Est un bon interlocuteur, actif. Un entrepreneur a la volonté d'écouter les idées des autres et d'agir selon celles-ci

Certaines de ces caractéristiques ne peuvent être acquises en utilisant les techniques du conte, comme l'habilité à prendre des risques par exemple. Cependant, on peut dire que les histoires racontées à propos des risques pris par une certaine personne peuvent aider ! Le conte peut être un outil intéressant dans le développement des compétences de leadership notamment pour accroître la force de persuasion de votre présentation.

Un bon entrepreneur peut utiliser les techniques du conte à différents niveaux. La connaissance des structures narratives peut aider l'entrepreneur à concevoir l'histoire de son projet de manière claire et compréhensible. La prise de conscience sur le fait d'impliquer des histoires personnelles ou universelles dans sa présentation, l'aidera à impliquer les autres dans son histoire et sa vision. L'entrepreneur doit convaincre tout comme il doit les intéresser, pour qu'ils aient envie d'en écouter davantage. En outre, l'habilité à raconter des histoires qui persuadent les autres, contribue à accroître la confiance en soi.

La créativité est également importante pour un entrepreneur. Il a besoin de résoudre des problèmes constamment, ce qui requiert d'être capable d'avoir une pensée innovatrice et d'oser « perdre contrôle » un instant. Des qualités peuvent être acquises par le conte comme raconter une histoire. Cela nous demande d'utiliser notre imagination et de stimuler notre créativité, mais également nous force à nous défaire de vérités, parce que nous devons raconter l'histoire dans l'ici et le maintenant, sans aucun support. Bien sûr, certaines personnes feront appel à une présentation à travers un PowerPoint avec une structure narrative ou lirons une histoire sur papier comme exemple de narration. Pour nous, pourtant, ce n'est pas de la narration, car :

1. On perd toute interaction avec les personnes présentes
2. Cela montre des images, plutôt que d'engager l'auditeur à imaginer

Un véritable conteur – et ainsi un véritable entrepreneur – lit le visage de son public et est capable d'ajuster son histoire selon ce qu'il perçoit. Même s'il a un plan de ce qu'il veut partager avec l'auditeur, l'histoire ne eut jamais être fixée à l'avance. Pour beaucoup de personnes, c'est une idée qui effraie. Regardez des gens comme Steve Jobs. Il était capable de raconter l'histoire de son produit sur scène, sans utiliser de texte, de tête, se faisant confiance pour raconter la bonne histoire. Cela est devenue une histoire vraie qui a été diffusé dans le monde entier, parce qu'elle est inspirée ; par conséquent les gens ont cru en sa vision. Est-ce que Steve Jobs a une vision extraordinaire ? Probablement, mais il savait nécessairement comment la partager en utilisant les techniques de la narration.

Nous avons déjà parlé brièvement de l'écoute, mais nous voulons souligner que celle-ci est très importante pour un entrepreneur également. Etre capable d'écouter ce que vos interlocuteurs veulent, vous donne un grand avantage parce que vous pouvez répondre à leurs attentes. Souvent, une histoire donne une meilleure vision des choses. Cela fournit un cadre à l'entrepreneur qui peut l'utiliser dans l'immédiat pour améliorer ses produits ou services.

Les jeunes personnes avec lesquelles nous travaillerons ne sont peut-être pas les nouveaux Steve Jobs. Pourtant, il est utile pour eux d'acquérir au moins quelques compétences entrepreneuriales dans le but de les renforcer et de leur donner une chance pour l'avenir. Ce chapitre permet de bien saisir comment le conte peut être utiliser comme outil pour développer ces compétences entrepreneuriales. Nous conseillons aux formateurs de se concentrer sur le fait de développer les compétences narratives des participants, leur enseigner à créer une histoire claire et compréhensible et à trouver des solutions créatives ; leur laisser expérimenter le fait de croire en leur propre talent et ainsi augmenter leur confiance en eux.

LE CONTE COMME OUTIL POUR LE DÉVELOPPEMENT DE COMPÉTENCES SOCIALES ET EN COMMUNICATION

Etre capable de raconter et d'être écouté sont les deux piliers dans le développement de compétences sociales. Les gens qui sont capables de s'exprimer seront entendus. Les gens qui sont entendus se sentiront respectés, leur estime d'eux-mêmes grandira et ils seront capables d'interagir activement avec la société. Le conte peut aider les personnes à s'exprimer de manière forte et authentique.

La prise de conscience des structures narratives peut aider les personnes à raconter leur histoire de la manière dont

d'autres souhaiteraient l'écouter. Vous pouvez facilement entraîner les gens à utiliser des structures narratives. *The Hero with the Thousand Faces* (1949) par Joseph Campbell est un bon point de départ. Il décrit le voyage d'un héros en dix-sept étapes, divisées en trois phases principales⁴:

 Le départ

 L'initiation

 Le retour

Dans la partie « départ » de la narration, le héros vit dans un monde ordinaire et reçoit un appel à partir à l'aventure. Le héros est retissant à répondre à cet appel, mais est aidé par la figure d'un mentor.

La section « initiation » commence avec le héros traversant la limite vers l'inconnu ou le « monde spécial », où il fait face à des tâches ou épreuves, seul ou avec l'aide de personnes tiers.

Le héros atteint finalement le « point profond » ou la crise centrale de son aventure, où il doit subir l'épreuve où il surmonte l'obstacle principal ou l'ennemi principal, subissant l'apothéose et gagnant la récompense (un trésor ou un élixir).

Le héros doit ensuite retourner dans le monde ordinaire avec sa récompense. Il peut être poursuivi par les gardiens du monde spécial ou il peut être retissant à repartir et peut être secouru ou forcé de repartir par l'intervention de l'extérieur.

Dans la section « retour », le héros traverse de nouveau la limite entre les mondes, retournant dans le monde ordinaire avec le trésor ou l'élixir qu'il a gagné, qu'il peut maintenant utiliser pour que ses semblables en bénéficient. Le héros lui-même est transformé par l'aventure et gagne un pouvoir de sagesse ou un pouvoir spirituel par rapport aux mondes.

Cette structure peut être appliquée à plusieurs histoires et permettre d'explorer les contes de fées, contes folkloriques et légendes... et nous découvrons qu'ils ont tous la même structure. Être conscient de cette structure générale peut aider tout le monde à raconter une histoire de manière puissante.

Un autre aspect de la narration est l'utilisation de l'imagination et l'habileté à stimuler l'imagination de l'auditeur. Beaucoup de personnes ne prennent pas conscience de leur talent à utiliser les mots pour stimuler l'imagination de l'auditeur. De simples exercices peuvent rendre les participants conscients de leur talent, comme les exercices utilisant l'imaginaire, la créativité et l'improvisation. Peindre des images par l'œil de l'esprit !

En ayant organisé plusieurs ateliers dans lesquels nous entraînons des per-

sonnes à s'exprimer, nous savons que le développement de beaucoup de participants s'accomplit après qu'ils deviennent eux-mêmes conscients de leur pouvoir de raconter leur histoire et d'être entendu.

UN EXEMPLE PUISSANT:

Deux ans auparavant, (cet exemple provient de Burea Barel dans les Pays-Bas) nous avons formé un jeune palestinien venant d'Israël, dans un groupe mixte de Juifs/arabes. Il avait exploré les possibilités d'aller en Syrie pour combattre. Il était frustré et il avait le sentiment que son histoire n'était pas entendue (il avait une histoire vraiment traumatisante). Nous l'avons défié de concevoir son histoire, et de la raconter. Immédiatement après les derniers mots, chacun est venu vers lui et l'a pris dans ses bras. C'était une expérience qui a changé sa vie. Littéralement le garçon a dit « j'ai tiré des balles sur l'audience, mais j'ai récolté des roses en retour ». Après une semaine, il ne voulait plus aller en Syrie, il avait décidé de commencer à manifester pour la paix avec ses nouveaux amis.

Cet exemple nous enseigne qu'il est important de donner de la place à toutes les histoires et de ne pas les ignorer, même si elles sont déplaisantes. Permettre à quelqu'un de raconter son histoire l'aidera à trouver une place au sein de la société. S'exprimer est un premier pas dans la rencontre des autres, pour créer une compréhension mutuelle.

Nous pouvons utiliser le conte à d'autres niveaux avec des stratégies de communication également. Nous nous y référons déjà au chapitre sur l'entrepreneuriat, quand nous avons parlé des présentations. Il est important d'être conscient de l'impact positif de l'utilisation des structures de narration comme les lectures, les présentations et les discours. La recherche montre que les histoires ont un impact plus grand sur l'audience que le simple fait de montrer des textes et des figures. Stephen Denning explique cela dans son livre *The Leader's Guide to Storytelling*:

«... les histoires excitent l'imagination de l'auditeur et créent des états de tension consécutifs (confusion et prise de recul) et de relâche de la tension (compréhension et résolution). Ainsi, l'auditeur n'est pas un receveur passif de l'information, mais est piégé dans un état de penseur actif (Strawson, 2004). L'auditeur doit considérer le sens de l'histoire et essaie de faire sens avec. Par ce procédé, l'auditeur est impliqué ; l'attention et l'intérêt sont encouragés (Charon, 2004).

L'utilisation des techniques du conte en stratégies de communication peuvent être apprises. Il est important de souligner aux étudiants que le formateur ne doit pas leur enseigner de nouvelles choses. Il doit seulement les rendre conscients du talent qu'ils ont déjà.

BIBLIOGRAPHIE

BREWER ANTHONY, 1992, *RICHARD CANTILLON: Pioneer of Economic Theory*, London ; New York, Routledge, 210 p.

'BULOT, T., BLANCHET, P., 2011, *Dynamiques de la Langue Française au 21^{ème} Siècle: Une Introduction à la Sociolinguistique* [URL: www.sociolinguistique.fr]

CLERC Stéphanie, « Le Conte en Classe d'Accueil, Support de Développement des Compétences Linguistiques, Discursives, Référentielles et Socioculturelles », *Tréma* [En ligne], 30 | 2008, mis en Ligne le 01 Novembre 2010, [URL : <http://trema.revues.org/126>]

DENNING STEPHEN, 2011, *THE LEADER'S GUIDE TO STORYTELLING: MASTERING THE ART AND DISCIPLINE OF BUSINESS NARRATIVE, REVISED AND UPDATED EDITION.*, SAN FRANCISCO, CA, JOSSEY-BASS, 348 p.

KENNETH BUSH, PADDY LOGUE ET STEPHANIE BURNS, 2011, *The Evaluation of Storytelling as a Peace-building Methodology*, Belfast, (coll. « Irish Peace Centres Experiential Learning Series »).

KIRKPATRICK, R., 2012, *STORIES ALWAYS*

PARKER WATKINS, L., 2010, *THE EDUCATIONAL BENEFITS OF THE ART OF STORYTELLING*

TILMAN FROMELT, DORINDA DEKEYSER, ELS BORGHYS, ELIZA STEFANOVA, STEFANIE TALLEY, CECILE STOLA, HEIDI DAHLSVEEN, HILDE MADSO JACOBSEN, IDA JUNKER, TOMAS CARLSSON, PATSY LANG ET IWAN KUSHKA, 2011, *SHEHE-RAZADE : 1001 Stories for adult learning*, Alden Biesen, 121 p.

Site web:

SEANTELLS : Buvala, S. www.seantells.com

FINANCIAL POST: [Karl Martin for, The Next 36](#) | January 12, 2015.

CONCLUSION

Le projet ALADDIN aborde le développement de compétences basiques en langue, en communication et en entrepreneuriat pour des jeunes défavorisés, grâce à des ateliers intergénérationnels dirigés par des Seniors bénévoles à risque d'isolement, à travers des techniques du conte.

Ce guide a été écrit par les cinq organisations partenaires européennes qui ont une expertise complémentaire et une expérience vécue dans au moins un domaine du projet:

En effet, Superact (Royaume-Uni) et le Storytelling Centre (Pays-Bas) sont experts dans toutes sortes d'activités liées aux techniques du conte. Superact (RU) met en place des formations pour adultes et jeunes en situation précaire, ils organisent des événements à grande échelle, ils développent des matériels de formation et de diffusion du conte comme outil éducatif. Le Storytelling Centre (PB) organise lui des ateliers de conception et de réalisation de projets ; il propose également des programmes de formation autour des techniques du conte, au sein de communautés (en conflit).

KEPES (Hongrie), Élan Interculturel (France), DEMA (Espagne), Superact (Royaume-Uni) ont tous de l'expérience dans le travail avec les Séniors et en particulier, dans les projets intergénérationnels. Le Storytelling Centre (PB) et Élan Interculturel (FR) ont de l'expérience dans le travail avec les jeunes. Élan Interculturel (FR) est expert dans le domaine de la communication interculturelle, et tous les partenaires ont de l'expérience dans le travail avec des immigrants et/ou des minorités.

Nous espérons qu'après la lecture de ce guide vous vous sentirez plus équipé pour lancer un projet de travail intergénérationnel et concevoir des activités basées sur les techniques de conte pour le développement des compétences des jeunes en situation précaire.



© copyright Clémentine Gachard
all right reserved



© Clémentine Gachard design

Aladdin et la lampe Intergénérationnelle
123 Success Way, High Town, Mega Shire, Earth C12 4QU
T: +55 01234 343 600 | info@aladdin.eu

Aladdin et la lampe Intergénérationnelle
www.aladdinproject.eu



Nos partenaires



Storytelling
CENTRE

KÉPES
FOUNDATION



élan interculturel



Ce projet a été financé avec le soutien de la Commission Européenne. Cette publication n'engage que son auteur et la Commission n'est pas responsable de l'usage qui pourrait être fait des informations qui y sont contenues

Aladdin et la lampe intergénérationnelle

www.aladdinproject.eu