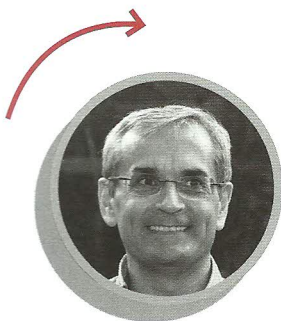


VERS L'AVÈNEMENT DE L'HOMO EMPATHICUS

L'HOMME EST-IL UN LOUP POUR L'HOMME, OU UN ANIMAL SOCIAL NATURELLEMENT DOUÉ D'EMPATHIE ? LES ÉTUDES ACTUELLES TENDENT VERS CETTE SECONDE APPROCHE, POSITIVE, CE QUI EST PLUTÔT BON SIGNE À LONG TERME POUR LE MONDE DE L'ENTREPRISE.



JACQUES LECOMTE

JACQUES LECOMTE EST DOCTEUR EN PSYCHOLOGIE, PRÉSIDENT D'HONNEUR DE L'ASSOCIATION FRANÇAISE DE PSYCHOLOGIE POSITIVE QU'IL A CRÉÉE.



La psychologie positive, qu'est-ce que c'est ?

– C'est l'étude scientifique des processus et conditions permettant le développement optimal des individus, des groupes et des institutions. Une approche née aux États-Unis à la fin des années 90, lorsque Martin Seligman, président de l'association américaine de psychologie, a pris conscience que sa discipline traitait beaucoup de ce qui n'allait pas, mais négligeait d'étudier les fonctionnements positifs.

L'homme est-il bon par nature ?

– L'état des connaissances scientifiques actuelles montre que l'être humain est plus naturellement bon et empathique que violent ou égoïste. On sait par ailleurs que les enfants qui ont été entourés d'amour s'intéressent davantage aux autres. Ce constat scientifique invalide donc la proposition habituelle de correction chez l'enfant de pulsions « négatives » supposées et plaide au contraire pour une approche appuyée sur sa tendance naturelle à l'altruisme.

Vous associez donc bonheur et altruisme ?

– Il n'y a aucune ambiguïté là-dessus. De nombreux travaux attestent de la corrélation entre empathie, altruisme et bonheur. Cette spirale vertueuse a aussi une influence sur la santé : les retraités bénévoles, par exemple, se portent en moyenne mieux physiquement et psychologiquement que ceux qui ne le sont pas. On n'est pas heureux tout seul. Le bonheur, c'est les autres !

Si l'homme est bon par nature, peut-on dire aux entreprises qui redoutent le caractère incontrôlable des masses : vous pouvez leur faire confiance ?

– On ne peut pas organiser un projet d'entreprise, ou plus largement un projet de société, sans s'appuyer sur une anthropologie fondatrice. Si la vôtre repose sur le modèle classique, individualiste, de l'*homo economicus* alors oui, la confiance est forcément un risque. Il en va autrement si vous estimez que ce modèle est erroné. Faire confiance, dès lors, cesse d'être un pari fou. Subsiste toutefois le

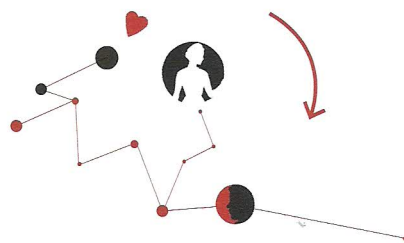
risque très contemporain de garder le modèle anthropologique *homo economicus*, tout en estimant que l'entreprise doit fonctionner sur un mode coopératif, instaurant alors une dictature du bien. Obliger les gens à coopérer, c'est à mon sens le pire des projets de société imaginable ! En revanche, les entreprises dont les managers laissent à leurs salariés la possibilité de décider des actions qu'ils estiment les meilleures battent régulièrement des records de rentabilité, comme le prouve l'ouvrage *Liberté et Cie* de Brian M. Carney et Isaac Getz.

Notre société est en crise profonde. Avons-nous des raisons d'espérer ?

— On dit que le bien ne fait pas de bruit et que le bruit ne fait pas de bien. Les médias s'intéressent beaucoup au malheur du monde, mais si vous êtes attentif, vous verrez des micro-révolutions à l'œuvre. La société que je vois émerger est de plus en plus coopérative et empathique - ce que plusieurs facteurs peuvent expliquer. D'abord, le constat qu'au-delà d'un certain niveau de revenu minimum, ce n'est plus l'argent qui fait le bonheur, mais les relations humaines. Ensuite, la prise de conscience, notamment grâce à la crise de 2008, qu'une société cupide court à son autodestruction. Enfin, le numérique et la culture du « share », l'économie du partage, notamment chez les jeunes. Pour eux la gratuité est normale, mais son corollaire, se mettre gratuitement au service des autres, l'est tout autant. L'émergence de cette nouvelle société, qui prendra peut-être du temps, est à mon sens inéluctable.

Enfin, vous êtes plutôt optimiste !

— Je suis un incurable optimiste. C'est un défaut ou une qualité, au choix. ■



L'ÉCLAIRAGE DE L'ASSOCIATION

PROPOS RECUEILLIS PAR SYLVIE DELSALLE



ÉRIC CAMEL

PRÉSIDENT DE L'AGENCE
DE COMMUNICATION ÉDITORIALE ANGIE
PILOTE DU COMITÉ PROSPECTIVE DE
COMMUNICATION & ENTREPRISE

« Comme le souligne Jacques Lecomte, nous assistons à l'émergence d'une société de la coopération. Dans l'entreprise, c'est la tendance à "l'altruisme égoïste" qui devrait dominer dans les prochaines années : le changement viendra des collaborateurs qui nourrissent de nouvelles attentes et souhaitent désormais autant le bien des autres que le leur. »

Les modèles managériaux en sont transformés : ceux qui prévalent aujourd'hui sont des modèles horizontaux. L'horizontalité, c'est la reconnaissance - très récente - d'un certain niveau d'interdépendance, c'est-à-dire du besoin de l'autre. Cela se traduit notamment par une approche de la formation axée non plus seulement sur le savoir-faire, mais aussi sur le savoir-être. L'entreprise développe ainsi de nouvelles valeurs, comme le partage, l'écoute, l'empathie, la gentillesse. Avec un tel système "gagnant-gagnant", son image s'en trouve améliorée, sans qu'on puisse - en principe - la suspecter de tricher, et le salarié améliore sa qualité de vie au travail.

De façon plus générale, il existe une forte demande sociale pour que l'entreprise participe davantage au bien commun. Il s'agit ni plus ni moins de rechercher une troisième voie entre libéralisme effréné et étatsisme étriqué... nouvelle voie que le communicant avisé se devra d'explorer, en développant une éthique de vérité dans les messages qu'il cherchera à véhiculer. ■

