

Pourquoi la crise accélère le besoin de donner du sens

Nous voyons toujours la crise comme un problème et il est vrai que nous ne devrions pas avoir à attendre la crise pour avoir la rage de faire... Mais là, nous rentrons déjà dans un autre sujet : un changement de modèle mental nécessaire pour passer d'une culture focalisée sur le palliatif à une culture de l'anticipation et de la prévention.

Temps de lecture : minute

8 août 2021

Republication du 8 novembre 2020

Une fois que la crise est là, cela nous permet d'accélérer les prises de conscience et le changement indispensable. Entre la prise de conscience de ce qu'il faut faire et l'action, il existe néanmoins un laps de temps conséquent. Nous savons ce qu'il faut faire, mais nous ne le faisons pas tant qu'une vraie nécessité n'y est pas. La situation sanitaire a mené à une prise de conscience que nous passons notre temps à courir après des tâches en échange d'argent. On vend notre temps, notre énergie, notre santé pour des projets et de choses qui, finalement, n'ont pas vraiment de sens pour nous.

Un retour aux besoins fondamentaux

Paradoxalement, cette crise nous renvoie aussi à l'essentiel, aux besoins fondamentaux, dont le besoin de sécurité. En même temps, elle révèle un besoin de sens, de bien-être, de s'occuper d'autres aspects de soi-même et de sa vie ; besoin de qualité de vie, de temps pour soi et pour les

autres. Besoin d'avoir un impact positif dans le monde.

Toute notre société, la famille et le monde du travail se sont fondés et construits sur la base de la pyramide des besoins de Maslow. Le but était seulement de combler nos besoins fondamentaux (physiologiques, matériels et de sécurité) et cela nous suffisait pour être heureux. Il y a peu encore, pour la plupart de gens, être heureux voulait simplement dire avoir la sécurité de l'emploi afin de pouvoir se procurer un toit, manger, former une famille, etc.

L'éducation des enfants était aussi basée sur la satisfaction des besoins fondamentaux plutôt que des besoins émotionnels et psychologiques. À leur tour, les entreprises se sont également construites ainsi, en mettant l'accent sur le système au détriment de l'humain. Lorsque l'on pensait au bien-être des collaborateurs, on pensait simplement à donner les moyens nécessaires pour combler leurs besoins fondamentaux : un bon salaire, des tickets restaurants, des aides logement, du télétravail, etc. Aujourd'hui, que ce soit au sein de la famille, des entreprises ou de la société, cette approche ne marche plus. Les besoins fondamentaux sont perçus comme "acquis". Les gens sont en quête de sens et de combler leurs besoins émotionnels, psychologiques : des interactions sociales positives, de la reconnaissance, de l'appartenance, de la confiance, de l'autonomie. Les gens ont besoin de se sentir utiles, d'apprendre et de s'accomplir pour être heureux.

De nos jours, les parents se focalisent sur l'affection et la qualité de leur relation avec leurs enfants. La société s'éveille petit à petit pour les questions écologiques, environnementales et sociales. Enfin, les entreprises se doivent elles aussi de rééquilibrer la balance entre le système (l'opérationnel) et l'humain. Des collaborateurs heureux, ce sont des collaborateurs engagés et productifs de manière durable.

Donner du sens est bien plus qu'une question philosophique

Cette prise de conscience était déjà là. Il existe cependant un grand écart entre le savoir et le savoir-faire. La connaissance ne suffit pas. Il faut savoir l'intégrer et l'appliquer, ce qui est très difficile sans avoir les options claires, les moyens de le faire et le sens. Donner du sens est bien plus qu'une question philosophique. C'est avant tout un besoin biologique : puisque notre cerveau est là pour assurer notre survie et pour nous faire économiser de l'énergie, il n'accepte pas de nous laisser mobiliser notre énergie pour faire quelque chose qui ne fait pas de sens, ou qui n'a pas d'utilité claire.

La crise actuelle est en train d'accélérer l'intégration de cette prise de conscience et le passage à l'action. C'est l'opportunité de faire effectivement bouger les lignes. La nécessité de changement, que ce soit au niveau individuel ou collectif, est évidente et inexorable. Dans un environnement incertain et changeant, notre cerveau perd beaucoup de capacité d'anticipation et génère ainsi un sentiment d'insécurité. Il a donc besoin de dépenser énormément d'énergie pour prendre de décisions conscientes, car dans l'incertitude, on ne peut pas se permettre de rester en pilote automatique.

Par ailleurs, notre libre-arbitre et prise de décision sont conditionnés ou limités par notre répertoire, c'est-à-dire, par l'ensemble d'informations et d'expériences que nous avons apprises, vécues et enregistrées, autrement dit, par les options que nous avons. Or, dans un contexte de changement, une de plus grandes difficultés c'est que nous ne connaissons pas les "nouvelles options", elles ne font pas partie de notre répertoire. Comment prendre des décisions et agir dans un univers inconnu ?

Ainsi, en temps d'incertitude, donner du sens et élargir le répertoire des

possibilités devient d'autant plus important pour assurer le bien-être individuel et collectif, la prise de décisions éclairées et l'action vers le changement inéluctable, tout en restant focalisé sur où nous voulons aller et pourquoi. "Penser à ce que vous voulez gagner, plutôt qu'à ce que vous pouvez perdre" pour citer Luis Sergio Alvares DeRose, écrivain et entrepreneur brésilien.

Renata Coura est docteur en neurosciences. Elle assure aussi des missions de conseil et d'accompagnement de dirigeants et d'organisations.

Article écrit par Renata Coura