

## Le sens du travail

par Nicole Côté\* nicole@nicolecote.com



**O**n a demandé au dalaï-lama : « Qu'est-ce qui vous surprend le plus dans l'humanité ? » Il a répondu : « Les hommes perdent la santé pour accumuler de l'argent. Ensuite, ils perdent de l'argent pour retrouver la santé. À

force de s'inquiéter de l'avenir, ils oublient le présent et finissent par ne vivre ni le présent ni le futur. Ils vivent comme s'ils n'allaient jamais mourir et meurent comme s'ils n'avaient jamais vécu ».

On passe sa vie à courir après le profit, le succès, les défis et les honneurs sans vraiment en profiter. Les entreprises se laissent prendre au même piège que les individus. Un projet n'attend pas l'autre, on chamboule les structures et les modes de fonctionnement, les technologies évoluent à un rythme effréné. Pour les entreprises,

Un changement de paradigme s'impose. Il ne s'agit pas de tourner le dos au travail et à l'argent mais d'en repenser le sens, car le travail fait partie intégrante de la vie.

Voici quelques pistes intéressantes.

Pour aimer son travail, il faut s'y investir. Les approches qui incitent à travailler le moins possible en comptant les heures et en attendant les congés sont abrutissantes. Que l'on travaille peu ou beaucoup, l'essentiel est de le faire pleinement et consciemment.

Il importe aussi de choisir un travail qui s'intègre bien à l'ensemble de notre vie. Si notre emploi devient l'ennemi de notre santé, de notre famille et de nos passions, il ne mérite pas que nous nous y attachions.

Quand on prend le temps de bien faire les choses, qu'on apprécie chaque étape de ses réalisations, on obtient davantage de satisfaction que si on précipite les choses. À la longue, on devient plus productif et plus créatif.

La source de bonheur la plus universelle est la relation qu'on établit avec les gens de notre entourage. Il faut redécouvrir dans son milieu de travail la communication, l'échange et la collaboration.

c'est la course contre la montre, dans le but de devenir plus rentables, plus compétitives, plus « grosses », et ce, ironiquement, tout en s'efforçant de rester *lean and mean*.

Dans le monde des affaires, il y a un consensus au sujet de la nécessité et de l'urgence pour les entreprises de croître pour assurer leur survie. Les coûts d'une telle compulsion sur le plan humain sont énormes : absentéisme, épuisement professionnel, démobilisation, conflits de toutes sortes. Dans un tel contexte, la vie en entreprise devient rapidement une bien petite vie. On se projette dans l'avenir, on se donne des objectifs ambitieux, on s'agite, on devient impatient, on n'a plus le temps de se parler, on « s'encapsule ». Et s'envolent alors la joie de travailler, l'amitié, le sentiment d'appartenance.

La source de bonheur la plus universelle est la relation qu'on établit avec les gens de notre entourage. Il faut redécouvrir dans son milieu de travail la communication, l'échange et la collaboration.

La psychologie nous enseigne que la poursuite du bonheur devient une préoccupation majeure pour un plus grand nombre de personnes. Elle nous apprend aussi que le bonheur est rentable, car il donne le goût de s'engager et de persévérer. Les entreprises ont donc avantage à investir dans le bonheur de leurs employés, à devenir plus saines et à mieux communiquer. Finalement, elles devront apprendre à contrôler leur appétit, ce qui leur permettra de régler leurs problèmes de poids et de se rendre ainsi attirantes pour ceux et celles que le bonheur intéresse. ■

\*Présidente, Psycho-Logic