



Avenue du Léman 4 · 1005 Lausanne · Suisse
Rue Nicolas Roret 2 · 75013 Paris · France

«L'ancêtre de toute action est une pensée». (Emerson)

Le projet Socrate propose au monde du travail les ressources de la philosophie afin de lui permettre d'améliorer ses capacités prospectives, relationnelles et productives.

Le projet Socrate promeut une philosophie entreprenante, tournée vers la pratique. Il a pour but de fournir les outils et les techniques de cette discipline pour mieux renseigner ceux qui sont appelés à collaborer dans des projets complexes et à prendre des décisions.

Mais encore?

Par son immense réservoir de culture, d'approches des problèmes, de méthodes, la philosophie permet de remplacer l'opinion par la réflexion, d'aiguiser son regard sur le monde afin d'aménager un espace pertinent entre la pensée et l'action. Elle propose également une boîte à outils, un ensemble de ressources permettant de mieux gouverner et se gouverner.

Introduire la philosophie là où se prennent les décisions signifie les enrichir, les clarifier et mieux les assumer.

Pourquoi de la philosophie dans le monde du travail?

Le monde du travail est gouverné par des impératifs de production et cherche à obtenir des résultats marquants, facilement quantifiables. Dans ce contexte, les décisions sont souvent hâtives et parfois mal comprises par les parties prenantes, voire même au détriment de leurs propres intérêts.

Développer ses idées, les exprimer clairement, intégrer plus la pensée dans son action procure plaisir, efficacité et bien être. Dans cette perspective, le projet Socrate préconise d'oser la profondeur, la raison, le recul, au sein de la mobilisation quotidienne pour construire un monde adapté aux nouvelles réalités.

Concrètement la pensée est un travail qui doit être fait par chacun. Le projet Socrate aura pour effet d'éveiller une curiosité active, d'entraîner une capacité de réflexion, pour penser mieux, décider mieux, produire mieux et finalement vivre mieux.

Penser philosophiquement, c'est aller de l'avant:

vivre, respirer, surprendre, enrichir, instruire, confronter, développer, imaginer le futur!

Le projet Socrate propose une série de modules configurés spécialement pour le monde du travail, mais qui peuvent aussi servir de base pour développer avec vous des programmes sur mesure, au plus proche de votre domaine d'activité et de vos réalités quotidiennes.

Plus d'informations sur notre démarche et nos produits:

www.projet-socrate.com



Avenue du Léman 4 · 1005 Lausanne · Suisse
Rue Nicolas Roret 2 · 75013 Paris · France

Notre offre

Le Projet Socrate propose une offre riche et variée, sous forme de modules innovants portant sur les grands enjeux de la société contemporaine. Nous apportons un soin particulier à l'angle de présentation, à la méthodologie et à l'excellence des intervenants; sans jamais renoncer à la rigueur, à l'ambition, à la richesse et à l'originalité de la pensée philosophique. Nos produits sont eux-mêmes le fruit d'un travail philosophique et la preuve qu'on peut faire de la philosophie de façon concrète et vivante.

L'offre en détails:

www.projet-socrate.com/offre.html

Les intervenants sont choisis tant pour leur connaissance pointue du domaine abordé que pour leurs capacités et leur désir d'aller à la rencontre d'un public non-universitaire, confronté à des problématiques concrètes. Toute notre offre est basée sur la rencontre entre philosophes et acteurs du monde du travail.

Présentation des intervenants:

www.projet-socrate.com/intervenants.html

Le Projet Socrate s'inscrit pour nous dans une expérience longue et variée de diffusion de la philosophie dans la société civile. L'organisation de festivals de philosophie, de conférences publiques ou de colloques universitaires interdisciplinaires nous a montré qu'une parole philosophique exigeante produit plaisir, liberté et créativité.

Présentation des fondateurs:

www.projet-socrate.com/contact.html

Les modules proposés dans ce portfolio doivent être adaptés aux réalités et aux besoins spécifiques du client, en termes de durée comme de méthodologie. Ils sont à lire comme des bases de discussion. Par ailleurs, le réseau d'intervenants et de partenaires du Projet Socrate nous permet de proposer une large palette d'événements, de la conférence publique à l'événement exclusif de plusieurs jours, en passant par la table ronde, le théâtre ou des projections.

A chaque fois, une même exigence: construire le thème, sélectionner les meilleurs intervenants pour garantir une parole riche, profonde, permettant de faire varier sa perception des choses, d'ouvrir de nouveaux possibles pour la réflexion et l'action.

**Comment être courageux dans un monde de contraintes fortes?
Quel équilibre entre transparence et opacité au quotidien?
Comment libérer la pensée pour imaginer et construire des futurs souhaitables?
Voici quelques thèmes transversaux qui peuvent faire l'objet d'une programmation riche et stimulante, que le Projet Socrate s'engage à élaborer de manière fine, interactive et inédite.**

Gestion des risques: principe de précaution, et au-delà?

Contenu

Rarement un principe aura connu un aussi grand succès médiatique que le principe de précaution. Les médias et certains politiciens en ont fait un principe de gestion tous azimuts des risques, alors qu'il a un usage spécifique. Il est sensé nous inciter à agir dans un contexte d'incertitude scientifique sans attendre de lever cette incertitude, si l'on pressent que les dommages correspondants aux risques encourus pourraient se révéler graves et irréversibles.

Nous souffrons d'une incapacité récurrente à anticiper certains risques majeurs. Comme le dit le philosophe Jean-Pierre Dupuy, nous ne parvenons pas à croire ce que nous savons. Blocage intellectuel et psychologique qui semble avoir lourdement pesé sur le développement de la crise financière par exemple. Mais rappelons aussi que le principe de précaution est déjà largement utilisé dans l'industrie pharmaceutique et l'agriculture par exemple, déployant des effets positifs sur la sécurité et la santé publiques comme sur la protection de l'environnement.

Quels que soient sa nécessité et son bien fondé, ce principe n'en est pas moins limité. Il demeure impuissant face à de nouveaux risques. Par exemple, les manipulations techniques de l'humain ouvrent la perspective de la création de races différentes au sein de l'humanité. Le principe de précaution demeure également étranger à la recherche et à la détermination collective du bien commun. En revanche, sa dimension d'incitation à l'innovation technique reste trop souvent ignorée, malgré des exemples probants comme la voiture suisse à hydrogène développée par N. Hayek.

L'étude du principe de précaution doit permettre une meilleure lecture des enjeux et des risques de l'avenir; et donner des clés pour leur possible anticipation.

Déroulement

- 1) Découverte des usages fantaisistes du principe de précaution au travers de coupures de presse
- 2) Analyse des grandes caractéristiques du principe à partir d'extraits des textes fondamentaux
- 3) Revue des principales concrétisations du principe
- 4) Exercice de construction d'une politique de précaution à partir de votre domaine d'activité
- 5) Discussion de l'insertion de ces contributions dans une détermination collective des fins

Objectifs

- Juste compréhension du principe de précaution et de ses limites
- Analyse de l'évolution des risques aujourd'hui
- Réflexion sur le déplacement du pouvoir «politique» du législateur vers le juge et les acteurs de l'économie et de la société civile
- Au final, une meilleure lecture des enjeux de l'avenir et leur possible anticipation

Public concerné

Cadres supérieurs, journalistes, responsables politiques, responsables marketing,

fonctionnaires, santé publique, etc.

Durée

2 options: 1/2 journée (1x4h) ou 1 jour (2x3h)

Coût

Sur demande

Participants

12-25 participants

Responsables

- Prof. Dominique Bourg, philosophe
- Prof. Alain Papaux, philosophe

Le travail du regard

Contenu

Pour pouvoir agir différemment, il faut se donner les moyens de construire soi-même une autre façon de regarder. Or le regard que nous portons sur les choses qui nous entourent est très codifié. Celui-ci informe et oriente nos comportements, nos actions, nos analyses, et beaucoup de nos valeurs. Cet atelier propose de modifier ces schémas que nous n'avons pas choisis en nous confrontant à des formes visuelles inédites.

L'art actuel réinvente l'acte de saisir ce qui nous entoure. Il nous incite à nous aventurer dans d'autres manières de voir le monde et ses objets.

Le comprendre et le ressentir exigent une modification de nos attitudes. Plus précisément, il est nécessaire d'accueillir les choses et de prendre du temps pour cela. C'est de cette manière que le travail du regard peut devenir un travail de construction de soi. Une œuvre d'art nous engage à nous modifier, elle nous incite à une remise en question, à un déplacement de nos repères et de nos réflexes. Il s'agit avec elle d'inventer et d'expérimenter de nouveaux possibles. Car voir autrement c'est se donner les moyens d'agir et de penser différemment.

Déroulement

Ce module s'articule en deux étapes. Avant la découverte directe des œuvres, il est nécessaire d'acquérir quelques repères historiques (par un exposé en images), permettant de mettre en perspective la situation de l'art actuel. Le point de départ sera toujours une question posée ou un thème suggéré. Par exemple: l'art et la ville, la banalité dans l'art, l'œuvre collective, art et politique, la peinture une discipline du passé?, etc.

Le programme se poursuivra dans un ou plusieurs lieux d'art (musées, centres d'art, lieu architectural remarquable). Nous pouvons organiser plus d'une visite dans la même session. Il sera ensuite possible de visiter un atelier d'artiste; d'aller à la rencontre d'un plasticien afin de voir de près le processus d'élaboration des œuvres.

Objectifs

- Affiner notre perception du monde
- Acquérir une flexibilité face à la nouveauté
- Relancer notre capacité de compréhension et d'interprétation de notre environnement afin de pouvoir agir plus librement
- Acquérir des repères pour une appréhension de l'art contemporain

Public concerné

Cadres supérieurs, responsables politiques, responsables marketing, fonctionnaires, et en général toute personne désireuse d'affiner sa perception du monde

Durée

1 jour par étape choisie, minimum 2 jours

Coût

Sur demande

Participants

10-15 participants (un public plus nombreux est possible, mais organisé en plusieurs groupes)

Responsable

Thierry Davila, philosophe et conservateur de musée

La parole donnée et le droit de mentir

Contenu

La parole est aussi bien un instrument de communication et de dialogue, qu'un des lieux-clés de la relation à l'autre. L'usage de la parole pose des questions essentielles que la tradition philosophique de Platon à Kant en passant par Aristote et Constant n'a eu de cesse de poser: être sincère, est-ce être vrai? peut-on toujours être vrai? la vérité est-elle toujours bonne à dire? peut-on être vrai en affaires? le mensonge n'est-il pas parfois légitime et nécessaire?

Ces réflexions philosophiques seront mises en relation avec le contexte du vécu des participants et de leur travail quotidien.

Le séminaire a une orientation pratique. Il a pour méthode un va-et-vient constant entre réflexions théoriques et éclairages de la pratique actuelle. La discussion et les échanges sont une partie importante de ce séminaire.

Déroulement

La formation comprend une introduction théorique sur les différentes fonctions de la parole: instrument de communication et de dialogue, instrument de vérité mais aussi thérapeutique, lieu essentiel de la relation éthique. Dans un deuxième temps, il s'agit d'approfondir philosophiquement la problématique de la parole donnée par l'étude d'une fameuse controverse philosophique: existe-t-il un droit de mentir? Dans une troisième étape, les participants imagineront dans des groupes de travail des situations où la question de la parole donnée et de l'hypothétique droit de mentir se posent très concrètement. Enfin, dans une quatrième et dernière étape, il s'agira d'analyser ces quelques situations pour en tirer des règles d'action universalisables. Enfin, quelques lectures seront proposées aux personnes désirant approfondir les thèmes abordés.

Objectifs

- Réfléchir aux différentes fonctions et modalités de la transparence et de l'opacité
- S'interroger sur le lien entre l'authenticité et le management
- Réinvestir son quotidien à la lumière de réflexions personnelles sur la parole donnée

Public concerné

Toute personne concernée par l'usage de la parole dans le cadre de la communication, des relations interpersonnelles, des échanges commerciaux, etc.

Durée

1 jour

Coût

Sur demande

Participants

12-25 participants

Responsables

- Jean-Paul Fragnière, enseignant et formateur d'adultes
- MER PD Dr. Bernard N. Schumacher, enseignant à l'Université de Fribourg et formateur d'adultes

Quand on ne regarde pas dans la même direction

Contenu

Dans un environnement professionnel, on croit souvent voir les mêmes choses. Ce n'est pas forcément vrai. Les relations humaines sont toujours plus complexes qu'on ne l'imagine. L'idée que l'on se fait des biens et des services aussi. Une organisation n'échappe pas à cette règle, ni dans ses fonctionnements internes, ni dans la manière dont elle propose des biens ou des services à ses clients ou usagers. Que signifie la satisfaction de ces derniers, que signifie la réussite des objectifs, que signifie la réalisation personnelle? À quels besoins inconscients font-elles écho?

Que l'on soit patron, cadre, employé ou consommateur, une lecture intime de la réalité accompagne en effet toujours les situations courantes, même les plus socialement codifiées. Cette perception inconsciente ne se substitue pas à une lecture objective des faits ou des relations; elle l'imprègne. Sous cette forme invisible, presque clandestine, elle est la plupart du temps source de conflits, de frustrations ou d'incompréhension. Rendue visible, elle peut par contre se transformer en atout au service des organisations, de leur personnel et de leur clientèle.

Déroulement

Ce module commence par un exposé (45 minutes suivies d'un échange avec les participants) décrivant les différentes perceptions qui irradiant les valeurs et notions-clés de l'organisation que tout le monde s'accorde à considérer comme allant de soi. On exposera ensuite quelle sera la méthode utilisée dans la suite du travail.

Plusieurs options sont possibles: entretiens individuels ou en groupe, analyse de documents écrits, de sources audio ou vidéo, etc.

Selon l'accord initialement conclu avec les responsables et les participants, le résultat de l'étude, tout en préservant les données confidentielles, sera communiqué à un groupe de décideurs restreint ou à l'ensemble des participants.

En fonction des résultats obtenus, un travail de médiation peut être effectué. Des lectures complémentaires pourront être proposées.

Objectifs

- Faire apparaître les oppositions latentes pour les expliciter et construire une nouvelle dynamique dans les rapports de travail. Harmoniser les compétences internes et accroître le rendement de l'organisation par la réduction des risques de dysfonctionnements résultant de conflits inconscients entre ses divers protagonistes.
- Bâtir un rapport à la clientèle prenant en considération les attentes symboliques de ceux à qui les biens ou les services s'adressent.

Public concerné

Ressources humaines, marketing, hôtellerie, horlogerie, industrie du luxe, cosmétiques,

private banking, marché de l'art, real estate, santé, etc.

Durée

Variable selon les objectifs (1/2 journée minimum).

Coût

Sur demande

Participants

Sélectionnés en fonction de la problématique définie au cours d'entretiens préalables avec le mandataire.

Responsable

Thémélis Diamantis, psychanalyste



Avenue du Léman 4 · 1005 Lausanne · Suisse
Rue Nicolas Roret 2 · 75013 Paris · France
www.projet-socrate.com

L'art d'argumenter ou le pouvoir des mots dans les affaires

Contenu

Entre 60 et 80% du temps d'un cadre (dans le privé comme dans la fonction publique) se passe en réunions qui ne débouchent ni sur une décision informée, ni sur une meilleure compréhension des problèmes, ni sur un échange de qualité. En même temps, les enjeux de pouvoir et de persuasion y sont centraux.

La philosophie détient un ensemble de techniques visant à convaincre un auditoire, large ou restreint. L'usage de la langue est le seul vecteur qui permet d'emporter l'adhésion des autres, lequel demande de savoir élaborer sa pensée de la manière la plus subtile et efficace possible.

D'autre part, participer à l'élévation du discours, par l'usage de règles et de techniques éprouvées, est à la fois un bien collectif, et aussi une des manières de renforcer son estime de soi. La rhétorique fut la discipline reine des élites occidentales; ce séminaire renoue et élargit cette tradition en proposant un ensemble de techniques nécessaires à ceux qui veulent agir sans naïveté.

Déroulement

La formation se déroule sur deux fois une journée. Elle comprend une brève introduction théorique à la rhétorique classique et une série d'exercices pratiques visant à mettre en place différents outils propres à l'argumentation: reformulation synthétisante d'un propos; évaluation technique des arguments; définition d'un terme; contre argumentation; prise en compte du langage du corps et des émotions; etc. Tous ces exercices sont réalisés sous forme ludique par les participants. La 4ème demi-journée est consacrée à des débats contradictoires. Enfin, quelques lectures seront proposées aux personnes désirant approfondir les thèmes abordés.

Objectifs

- Développer de meilleures capacités de conviction et de persuasion
- Mieux saisir les enjeux et les failles d'une argumentation
- Développer des stratégies de contre argumentation
- Permettre un meilleur engagement dans les situations de communication récurrentes dans le monde du travail

Public concerné

Chefs du personnel, cadres, syndicats, toute personne concernée par la rhétorique et la communication.

Durée

2 fois 1 jour (9h-17h)

Coût

Sur demande

Participants

12-25 participants

Responsables

- Jean-Paul Fragnière, enseignant et formateur d'adultes
- Dr. Bernard N. Schumacher, enseignant à l'Université de Fribourg et formateur d'adultes

Une démarche éthique crédible en entreprise

Contenu

Que signifie intégrer sérieusement des exigences éthiques au sein d'une entreprise? Et quelles sont les conditions de crédibilité d'un tel processus? Alors que les labels écologiques ou équitables, les procédures de management environnemental et social se multiplient, rares sont les entreprises au sein desquelles les valeurs et les raisonnements éthiques qui sous-tendent ces démarches sont explicitement énoncés et partagés parmi les acteurs concernés. De cette formalisation dépend pourtant la crédibilité et la cohérence de toute démarche éthique.

Pour y souscrire, il est nécessaire de se mettre d'accord sur une définition de l'éthique. Quel point commun y a-t-il entre la volonté de payer correctement ses salariés, celle d'offrir une traçabilité la plus exhaustive possible de ses produits ou encore celle de produire de manière écologique l'énergie utilisée par sa propre usine? Il est nécessaire aujourd'hui de reprendre l'initiative: de repenser les relations de l'éthique et de l'économie, d'inventer de nouvelles configurations entre le profit et la morale. Pour ce faire, différentes démarches éthiques sont à disposition: éthique des vertus, d'inspiration déontologique, de la responsabilité, utilitariste ou de la discussion. Chacune a sa propre rationalité et peut constituer un soutien pour guider les pratiques de l'entreprise. Il s'agit avant tout d'y confronter nos propres raisonnements spontanés, de se demander quelle perspective répond le mieux à nos préoccupations et aux besoins de l'entreprise et, surtout, si nous pouvons, dans le cadre qui est le nôtre, trouver une certaine cohérence apte à mieux inspirer nos choix et nos décisions.

Déroulement

En alternant exposés théoriques et discussions ou jeux de rôles, nous découvrirons ce qu'est l'éthique, quels liens elle entretient avec l'économie, puis les différentes approches éthiques et leurs applications potentielles à la vie de l'entreprise. Le cours utilisera des méthodes participatives. Il sera adapté aux besoins et aux souhaits du public concerné. Lors du 2e jour, la mise sur pied d'une démarche éthique autour d'un thème choisi par les participants sera proposée, en application des notions vues le premier jour. Le travail pourra s'inspirer de documents existants, par exemple rapports de développement durable ou autres déclarations d'intention.

Des lectures complémentaires seront proposées.

Objectifs

- Comprendre les implications d'une démarche éthique au sein d'une entreprise
- Découvrir la diversité des pensées éthiques et des valeurs qui les sous-tendent
- Confronter ses propres réflexions éthiques spontanées à ces perspectives et en évaluer la pertinence
- Etre capable de défendre ses propres positions éthiques et celles de l'entreprise de manière explicite et crédible.

Public concerné

Cadres et collaborateurs travaillant dans l'industrie ou la pharmacologie, médias, marke-

ting, organisations non gouvernementales, partis politiques, syndicats,...

Durée

2 jours consécutifs

Coût

Sur demande

Participants

15 participants au maximum

Responsable

Adèle Thorens Goumaz, philosophe, formateur d'adultes et conseillère nationale

Un alien dans la communication

Contenu

Les organisations construisent leur image de marque au travers de stratégies – souvent fort coûteuses - associant des mots, des idées et des images. Ces efforts de communication poursuivent des objectifs précis et s'appuient sur des moyens soigneusement choisis, forgeant ainsi sur le long terme la représentation des organisations auprès du public, de leurs propres collaborateurs ou des acteurs des marchés sur lesquels elles évoluent. Ces stratégies sont-elles pour autant à l'abri de tout dérapage? Ce n'est pas certain.

Toute communication porte en elle-même un jeu complexe de significations explicites et implicites qui échappe souvent à ses concepteurs, et qui risque de nuire à la rigueur et à l'efficacité de la démarche. Dans certains cas, la lecture recherchée peut être parasitée par des messages indésirables et contre-productifs traduisant l'irruption de significations anarchiques.

Les conséquences en sont inmanquablement concrètes et objectivement mesurables. Elles peuvent se traduire pour les organisations par des pertes financières parfois importantes.

Mises à jour et contrôlées, ces significations latentes mais intégrées peuvent par contre devenir des outils au service des organisations et de leurs clients.

Déroulement

L'atelier débute par un exposé, «Symboles et communication» (environ 45 minutes), suivi d'un bref échange avec les participants (15 minutes), établissant un cadre théorique permettant de clarifier les relations complexes qu'entretiennent le langage, les représentations et l'inconscient afin de montrer les surprises que cela peut réserver. Cette introduction est suivie de l'étude et du commentaire des différents supports de communication internes et externes de l'organisation.

La méthodologie employée est souple: elle mobilise un minimum de temps des participants, dans la mesure où l'intervenant aura pu prendre connaissance des documents au préalable.

Des lectures complémentaires pourront être proposées.

Objectifs

- Evaluer les supports et les stratégies de communication de l'entreprise ou de l'institution.
- Sensibiliser les décideurs aux risques des dérapages de sens qui s'y rattachent.
- Apprendre à expliciter et à maîtriser les outils de communication.
- Définir des objectifs commerciaux différenciés selon les références symboliques utilisées.

Public concerné

Marketing, créatifs, communication, ressources humaines, journalistes, etc.

Durée

Variable (1/2 journée minimum).

Coût

Sur demande

Participants

Le public de l'atelier est composé de décideurs directement concernés par ces questions.

Responsable

- Thémélis Diamantis, psychanalyste

La boîte à outils de Gandhi

Contenu

L'œuvre de Gandhi est d'une richesse inouïe. Le frêle tisserand auquel nous pensons spontanément cache un auteur prolifique dont la pensée exigeante est d'une immense efficacité pratique. La chute de l'empire anglais en Inde n'en est pas le moindre des résultats. Le ressort de cette force peu commune dans l'histoire des idées réside dans la description et la mise en pratique de la capacité d'autonomie mentale et physique par rapport aux structures contraignantes, dont le conflit représente la figure archétypale.

Nous avons tout à gagner à être attentifs aux enseignements de Gandhi. Ceux-ci fournissent une souplesse intellectuelle et stratégique indispensable lorsque les rapports de force sont asymétriques et les situations apparemment bloquées; ils ouvrent une précieuse capacité à sortir des cadres d'appréhension des problèmes pour les envisager sous un angle nouveau. Plus largement, à l'heure où les pays asiatiques se profilent comme des forces économiques et stratégiques incontournables, une perception fine des différences culturelles et de leurs logiques est indispensable.

Ce module sensibilisera à la richesse et à l'efficacité de la pensée de Gandhi en déclinant plusieurs de ses «micro-applications» autour de trois concepts fondamentaux. *Ahimsâ*: pas seulement la non-violence, mais la découverte de la puissance de l'humilité et de l'humilité comme puissance; *satya-graha*: la prise en charge de soi par soi-même, en s'en donnant les moyens; *swadeshi*: la constitution de collectifs consistants, autonomes, à partir du local et du concret (*think global, act local*).

Déroulement

A partir des actions et des textes de Gandhi, ce module présentera les trois notions fondamentales évoquées plus haut, en se basant sur des études de cas proposées par les participants. Analysées en groupe, elles permettront de s'approprier les outils philosophiques et de prendre possession individuellement des attitudes et des styles de stratégie proposés. Beaucoup plus qu'une gymnastique mentale, les outils de Gandhi sont à la base de visions et de méthodes susceptibles de renouveler le fonctionnement des collectifs humains comme celui des individus en modifiant le spectre des préoccupations et le poids relatif des éléments d'une situation.

Des lectures complémentaires pourront être proposées, ainsi que deux sortes de compléments:

- 1) Relais culturels: le bouddhisme, la philosophie de Emerson et Thoreau et la notion de *self-reliance*, la réflexion de Arne Naess sur les fondements de l'action écologique inspirée par Gandhi.
- 2) Philosophie des arts martiaux: développer le maximum d'efficacité avec le minimum de violence.

Objectifs

- Sensibiliser à la prise en charge de soi par soi et initier à sa mise en œuvre.
- Renforcer la capacité personnelle et collective de mise en perspective radicale de la vie et de l'action.
- Travail personnel et collectif sur une base d'action, de self-reliance, passant par la capacité de convaincre et la maîtrise absolue de ses moyens.
- Décloisonnement culturel.

Public concerné

Dirigeants, managers, ressources humai-

nes, responsables associatifs et syndicaux

Durée

Modulable entre 2 et 6 séances de ½ journée

Coût

Sur demande

Participants

5-15 participants

Responsable

Michel Puech, philosophe



Avenue du Léman 4 · 1005 Lausanne · Suisse
Rue Nicolas Roret 2 · 75013 Paris · France
www.projet-socrate.com

La philosophie est un sport de combat: pratiquez!

Contenu

Les grands philosophes nous apprennent d'abord comment penser les problèmes que nous affrontons avant de nous dire ce qu'il faut en penser.

La philosophie est avant tout une pratique de la pensée. Comme un art martial, elle s'apprend et s'entraîne. Il s'agit d'apprendre à repérer et de se former à des manières de penser, de développer certaines techniques, certains procédés qui permettent de défaire les dispositifs qui nous obligent à penser d'une manière prédéfinie. Acquérir une pratique des nombreuses «prises» (au sens où l'on emploie ce mot au judo) que les philosophes ont inventées permet de trouver le bon réflexe au bon moment afin de se prémunir contre le recours trop facile à l'émotion et de gagner en efficacité dans la discussion.

Le Projet Socrate invite ici à une séance d'entraînement destinée à aérer la pensée quotidienne, à la rendre plus efficace et plus agréable parce que plus libre. La philosophie est à faire. Et nous en avons besoin!

Déroulement

Le client choisit au minimum 2 procédés (1 par demi-journée) dans l'annexe à la présente fiche. Chaque séance se déroule en deux étapes. Dans la première partie, l'intervenant présente un procédé philosophique tel qu'il a été défini par un grand philosophe (Socrate, Kant, Hegel et Descartes), et donne un exemple de son usage dans un texte de ce dernier. Dans la seconde partie, les participants sont divisés en petits groupes dans lesquels ils mettent en pratique ce procédé sur un sujet faisant débat dans le monde contemporain (qui leur sera proposé par l'intervenant ou qu'ils choisiront eux-mêmes), puis confrontent leurs résultats entre les groupes. Ce sera alors à qui saura le mieux appliquer le procédé, comme deux judokas tentant l'un sur l'autre la même prise.

Objectifs

- Apprivoiser des raisonnements célèbres de la philosophie
- Décrypter leur fonctionnement
- Imaginer et exercer leur application à d'autres problèmes en fonction des désirs des participants

Public concerné

Chefs du personnel, cadres supérieurs, journalistes, responsables politiques, responsables marketing, fonctionnaires, syndicats, etc.

Durée

1 ou 2 jour(s)

Coût

Sur demande

Participants

10 personnes maximum

Responsable

Patrice Maniglier, philosophe et normalien



La philosophie est un sport de combat: description des procédés proposés

1. La définition essentielle

Socrate a inventé la philosophie en arrêtant dans la rue des gens censés être compétents dans telle ou telle matière (par exemple un général qui prétend reconnaître les gens courageux), et en leur demandant de définir la notion qu'ils utilisent (qu'est-ce que le courage?), c'est-à-dire d'identifier l'essence. Les interlocuteurs de Socrate ont pourtant bien du mal à comprendre cette notion d'essence: ils tendent à donner plutôt des exemples. Mais Socrate les presse si bien qu'ils finissent par se rendre compte qu'ils ne savent pas vraiment de quoi ils parlent. Socrate leur affirme que le langage n'a de sens que si les mots renvoient à des essences, c'est-à-dire à des entités parfaitement définies: ce sont les fameuses Idées dont parle Platon, et la raison pour laquelle ce dernier pense que seuls les philosophes sont vraiment compétents. Mais plutôt que de spéculer sur l'existence ou non du «monde intelligible», cette séance se propose d'isoler dans les dialogues de Platon la technique de la définition pour en montrer la fertilité sur nos préoccupations quotidiennes: s'abstraire des exemples concrets pour remonter à ce qu'il y a d'unique dans une idée permet de créer de nouvelles relations entre nos pensées et de mieux se comprendre soi-même.

2. L'argument transcendantal

Emmanuel Kant passe pour avoir révolutionné la philosophie en insistant sur la manière dont les sujets que nous sommes construisent le monde objectif que nous croyons trouver simplement devant nous. Mais il est surtout l'inventeur d'une technique de raisonnement redoutable: l'argumentation transcendantale. Celle-ci n'a rien à voir avec la méditation du même nom: elle consiste à montrer qu'on peut devoir accepter une thèse en débat (par exemple l'existence de Dieu) non pas pour elle-même, mais parce qu'elle est une condition pour autre chose qui semble beaucoup moins discutable (par exemple la description scientifique du monde). La ruse de Kant est de ne jamais dire par exemple «Dieu existe», mais «si vous voulez qu'une expérience scientifique du monde soit possible, vous devez supposer l'existence de Dieu».

3. Le renversement dialectique

Hegel est l'inventeur d'une stratégie intellectuelle dont la puissance ne s'est pas démentie depuis deux siècles. Elle consiste à montrer que toute thèse affirme en réalité le contraire de ce qu'elle croit affirmer. Là où je croyais dire A, Hegel me montre que, si je pense à fond ce que je veux dire, je me rendrai compte qu'en réalité je veux dire non-A! Et rien n'échappe à cette malédiction: il semble que ce soit une propriété des pensées humaines que d'être contradictoires avec elles-mêmes. Cependant, la force de Hegel est de ne pas y voir seulement une maladie de l'esprit, mais au contraire une force: ce qu'il faut, ce n'est pas seulement montrer à l'autre qu'il se contredit, mais que cette contradiction est précisément la vérité de la situation. Marx cherchera à le montrer pour l'économie: plus le capitaliste est capitaliste, plus il a de chances de préparer une situation communiste; en effet, la propriété privée des moyens de production crée d'immenses concentrations et aucun monde n'est plus connecté, plus collectif, plus socialisé que le monde capitaliste. Le problème de la propriété intellectuelle dans une économie numérique en est un autre exemple. Redoutable stratégie argumentative, excellente gymnastique de l'esprit, l'opération dialectique est aussi une manière créative de réenvisager les problèmes.

4. L'expérience de pensée

Descartes a donné son nom à un style de pensée longtemps associé à l'esprit français: être cartésien, c'est passer pour quelqu'un qui ne s'en laisse pas raconter, qui veut être convaincu avec des idées «claires et distinctes». Pourtant, Descartes est aussi un des philosophes qui a le plus fait usage de l'imagination comme pouvoir philosophique. Le fameux «cogito ergo sum», «je pense donc je suis», n'est en réalité que la conséquence d'une fiction, celle d'un Malin Génie qui nous aurait créés avec un esprit tellement mal foutu que nous nous trompons systématiquement. Mais Descartes affirme qu'il peut me tromper tant qu'il veut, il ne pourra faire que je n'existe pas. L'important dans cet argument n'est pas ce qu'il montre, mais le raisonnement qu'il utilise: imaginer une situation aussi défavorable qu'on voudra à sa thèse pour en tirer la conclusion qu'on veut démontrer. Le tout, c'est que l'hypothèse fictive qu'on construit soit consistante comme fiction, c'est-à-dire vraisemblable. C'est ce que feront tous les philosophes qui utiliseront des «expériences de pensée» comme moteur de leur argumentation. Jamais la philosophie ne sera aussi proche de la science-fiction (le film Matrix cite Descartes)! Imaginer pour mieux convaincre, c'est aussi cela qu'on peut apprendre de la philosophie.