

Dolan, P. (2014). *Happiness by design*. New York, NY : Hudson Street Press.

Paul Dolan publie un ouvrage dense et stimulant dans lequel il présente une théorie du bonheur impliquant plaisir et sens. Ce chercheur est à la fois économiste et professeur de sciences du comportement à la *London School of Economics*. Il a d'abord travaillé en économie de la santé et a obtenu un prix en 2002 pour ses publications en ce domaine. Il s'est intéressé au bonheur grâce au congrès de Milan (2003) portant sur l'*Économie du bonheur*, à son travail avec Daniel Kahneman¹ à l'Université de Princeton et à sa rencontre avec Richard Layard qui a publié (en 2005) un ouvrage sur le bonheur devenu un classique. La réputation de Dolan l'amène à être régulièrement consultant auprès de nombreuses institutions internationales et du gouvernement britannique.

Happiness by design est divisé en deux parties : l'une théorique, l'autre pratique. Devant la complexité et l'ambiguïté de la notion de bonheur, Dolan souligne, au chapitre 1, la distinction importante entre l'évaluation cognitive (mesurée par la satisfaction de vivre) et le ressenti (traduit par l'affect). Distinction nécessaire puisque les mesures de ces concepts ne donnent pas les mêmes résultats. Notamment, la richesse est associée à une évaluation positive, mais non à une émotivité plus positive (Kahneman & Deaton, 2010). De plus, selon l'auteur, le bonheur est composé de deux constituants : le plaisir (l'affect éprouvé au moment présent) et le sens (*purpose*) que l'on donne à ce que l'on fait, d'où le *Pleasure-Purpose Principle*, PPP). Par exemple, aider un ami à déménager n'est pas particulièrement plaisant, mais voilà une activité qui a du sens. À certains moments, le plaisir domine, à d'autres, c'est la signification. Certains sont des « machines à plaisir », d'autres des « moteurs de sens ». Le bonheur réside dans l'équilibre.

Au chapitre 2, l'auteur présente une synthèse des connaissances actuelles sur le bonheur. Il rapporte les résultats de deux grandes enquêtes : l'*American time use survey* et l'*Office for National Statistics* du Royaume-Uni. À cela il ajoute ses propres résultats (Dolan, Peasgood & White, 2008). Aux enquêtes qui font appel à la mémoire et à l'évaluation cognitive, Dolan préfère les mesures plus directes, sans biais, qui traduisent l'émotion et le sens du moment.

Au chapitre 3 (sur les causes du bonheur), l'auteur cherche moins à identifier les nombreux facteurs potentiels de bonheur qu'à chercher ce à quoi nous portons attention, parce que le bonheur y est associé. En effet,

1. Daniel Kahneman est le seul psychologue à avoir obtenu le prix Nobel d'économie, en 2002.

le bonheur (plaisir et sens) dépend en grande partie de ce à quoi l'on porte attention. Or, cette ressource est limitée et il faut la « rationner » et l'utiliser à bon escient. De nombreuses études démontrent que « le fait de porter attention [comme apprendre] change littéralement le cerveau » (p. 49). Dans ce chapitre, Dolan distingue l'attention consciente et l'attention inconsciente. Ensuite, il explique que l'adaptation se produit en bonne partie par le fait que nous ne portons plus attention à quelque chose.

Au chapitre 4, l'auteur identifie trois obstacles au bonheur. Les désirs inappropriés constituent un premier obstacle, car ce ne sont pas eux qui apportent le bonheur, ce sont les réalisations. Deuxièmement, les projections inappropriées. En effet, nous anticipons mal ce que nous éprouverons à l'avenir parce que nous nous basons sur l'émotion du moment présent. Les croyances inappropriées constituent le troisième obstacle au bonheur. Pour expliquer notre comportement, « nous formulons des histoires à propos de nous-mêmes qui confirment nos croyances » (p. 92) et cela bien souvent au mépris de la réalité.

Avec la deuxième partie, Dolan se concentre sur ce qui apporte concrètement le bonheur : décider (*to decide*) de porter attention à ce qui nous rend heureux, organiser/planifier (*to design*) notre environnement pour devenir plus heureux et agir (*to do*) pour faire notre bonheur (les trois « D »). Au chapitre 5, il est question de décision (*to decide*). Pour faire de bons choix, il importe de porter attention à notre propre rétroaction, donc à ce qui nous apporte plaisir et sens. Il importe également de porter attention à la rétroaction provenant des autres : observer les autres, leur demander conseil et baser nos choix sur ce que les autres éprouvent en général.

Au chapitre 6, « Gérer le contexte » (*to design*), Dolan explique que pour changer le comportement et être plus heureux il faut changer le contexte. À cette fin, Dolan, Hallsworth, Halpern, King, Metcalfe et Vlaev (2012) ont relevé neuf points qui forment l'acronyme MINDSPACE.

Messenger : nous sommes influencés par la personne qui communique l'information.

Incentives : nos réactions aux incitatifs constituent une rétroaction utile permettant de savoir ce qui nous rend heureux.

Norms : nous sommes influencés par ce que font les autres, la comparaison sociale étant importante.

Defaults : nous suivons le courant (par défaut) plutôt que d'opter pour une autre façon de faire.

Salience : notre attention est attirée par ce qui est pertinent pour nous.

Priming : nos actions sont grandement influencées par des indices de l'environnement qui agissent comme « déclencheurs ».

Affect : les associations affectives peuvent fortement influencer nos choix et nos actions, donc être prudents dans nos anticipations.

Commitments : nous tendons à être conformes avec nos engagements, surtout s'ils sont écrits et publics.

Ego : nous agissons de manière à nous sentir bien avec nous-mêmes (pour éviter la dissonance cognitive).

Le chapitre 7 porte sur l'action (*to do*) : faire ce qui nous rend heureux. Il convient de prendre conscience de ce dans quoi nous nous engageons et de nous y impliquer à fond, ce qui permet de vivre l'expérience optimale (*flow*) décrite par Csikszentmihalyi (2004). Il importe également de faire des choses avec les autres parce que de nombreux résultats font état d'une forte corrélation entre le bonheur et le fait de partager des activités avec autrui. De plus, puisque l'attention est importante, il faut s'efforcer d'éviter les distractions qui sont très coûteuses en temps, en argent et en énergie. Les nouvelles technologies constituent une source majeure de distraction. Sur un mode plus léger, signalons quelques troubles identifiés dans la littérature et rapportés par l'auteur : désordre de distraction de l'attention (différent du TDAH), la dépendance à Internet, la démence digitale et le syndrome de la vibration fantôme (vibration du téléphone cellulaire).

Au dernier chapitre, Dolan offre une synthèse, une intégration des trois « D », en prenant deux exemples : la procrastination associée à une moins bonne performance et à un bonheur moindre ainsi que l'aide à autrui associée à un plus grand bonheur. En conclusion, Dolan rappelle que le bonheur réside dans un juste équilibre entre plaisir et sens et qu'il ne dépend pas seulement de la « psychologie interne », mais aussi de l'organisation (*design*) du contexte. Il termine avec l'idée que « la poursuite du bonheur est un objectif noble et très sérieux pour nous tous » (p. 189).

APPRÉCIATION

Dolan présente une théorie du bonheur qui unifie deux approches fondamentales remontant à Aristote : l'approche hédoniste, mettant le plaisir en évidence, et l'approche eudémoniste, insistant sur la signification de la vie. D'où le PPP (*Pleasure-Purpose Principle*).

En tant qu'économiste, l'auteur évalue les bienfaits et les coûts des choses. Ainsi, il insiste sur une utilisation intelligente de cette précieuse ressource qu'est l'attention en la faisant porter sur ce qui nous rend heureux. En tant que psychologue behavioriste, il reconnaît l'impact de l'environnement sur le comportement. D'où la nécessité des trois « D » (*Deciding, Designing, Doing*), représentant « le processus de production du bonheur ». L'ouvrage apporte donc un complément à l'idée selon laquelle le bonheur est une « affaire interne », idée proposée par la plupart des ouvrages sur la question. Par contre, Dolan insiste sur le fait que nous sommes le produit de notre environnement et qu'il convient de l'organiser (*design*) pour être heureux.

Ouvrage bien structuré, *Happiness by design* s'adresse à un public averti auquel il livre beaucoup d'informations. Il intéressera aussi les étudiants avancés, les praticiens et les chercheurs, car il constitue une mine de résultats touchant la sociologie, l'économie et différents domaines de la psychologie. La lecture de l'ouvrage est fort stimulante puisqu'on y trouve une foule de références (la plupart récentes) dans les 408 notes regroupées à la fin. De plus, l'index permet une consultation rapide. Laissons le mot de la fin à D. Kahneman qui a rédigé la Préface :

Il [Dolan] considère que vous pouvez avoir une vie plaisante et signifiante grâce à des choix délibérés, grâce à l'environnement que vous allez créer pour vous-mêmes et aux aspects de la vie auxquels vous allez porter attention (p. viii).

RÉFÉRENCES

- Csikszentmihalyi, M. (2004). *Vivre : Psychologie du bonheur*. Paris : Robert Laffont.
- Dolan, P., Hallsworth, M., Halpern, D., King, D., Metcalfe, R., & Vlaev, I. (2012). Influencing behaviour : the MINDSPACE way. *Journal of Economic Psychology*, 33(1), 264-277.
- Dolan, P., Peasgood, T., & White, M. (2008). Do we really know what makes us happy? A review of the economic literature on the factors associated with subjective well-being. *Journal of Economic Psychology*, 29(1), 94-122.
- Kahneman, D., & Deaton, A. (2010). High income improves evaluation of life but not emotional well-being. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 107(38), 16489-16493. doi: 10.1073/pnas.1011492107
- Layard, R. (2005). *Happiness. Lessons from a new science*. New York, NY : Penguin Books.

Léandre Bouffard¹
Université de Sherbrooke

1. L'auteur peut être contacté par courriel : leandrebouffard1939@yahoo.ca