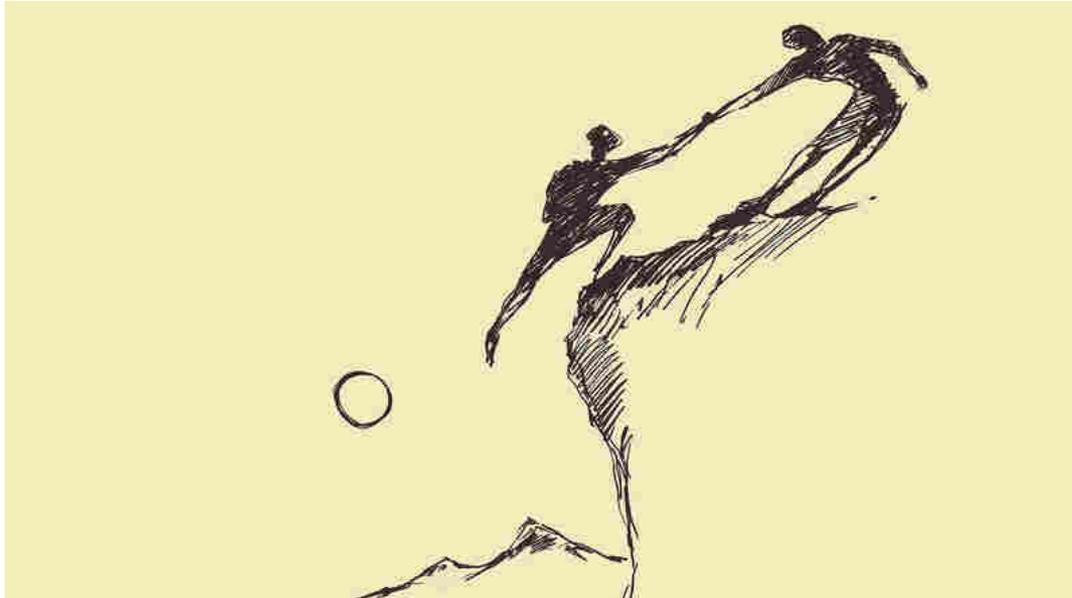


Au-delà de l'empathie : Emotions positives et philanthropie



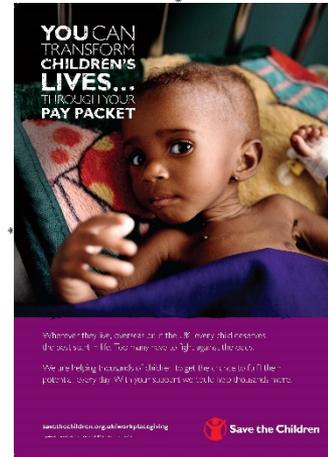
Dr. Florian Cova



**UNIVERSITÉ
DE GENÈVE**

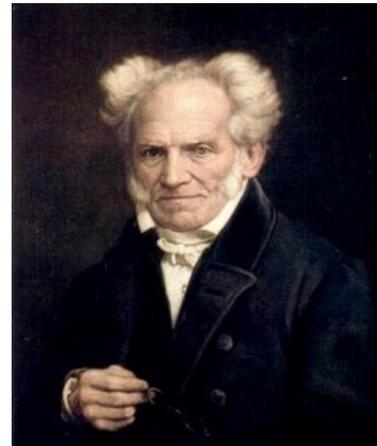
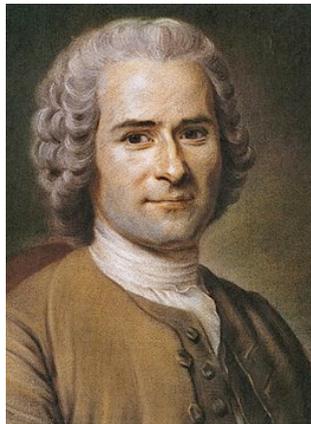
Philanthropie = aider les autres dans le besoin ? (altruisme, charité)

- Semble justifié par l'étymologie du mot



Déterminants émotionnels = Pitié, compassion ? (empathie)

- La pitié comme fondement de la morale, une idée classique



La philanthropie au-delà de l'empathie

Mais un certain nombre de philanthropies ne rentrent pas dans le modèle « Philanthropie = Aider les personnes dans le besoin »

- Le don peut viser à promouvoir et aider des entités non-humaines : Nature, Science, Art, etc.

Répartition des domaines d'intervention des fonds et fondations



Fondation de France (2018)



open science

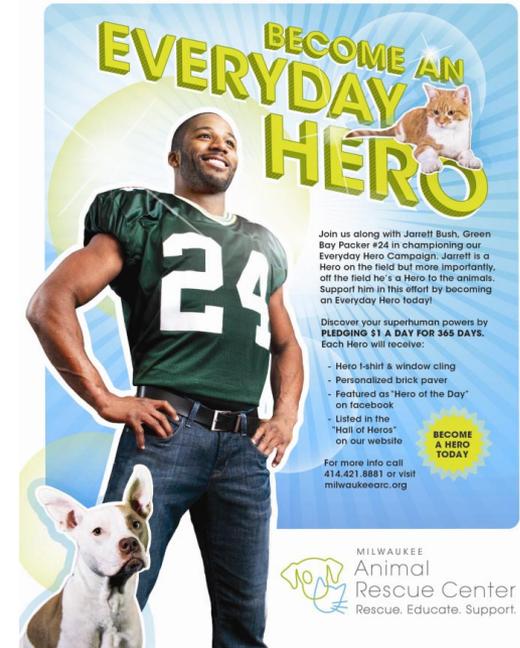


Fondation Suisse
pour le climat

L'élévation

Élévation = émotion positive suscitée par le spectacle d'une action vertueuse (générosité, héroïsme)

- Sentiment de chaleur dans la poitrine, boule dans la gorge, larmes
- Suscite l'envie de devenir une meilleure personne
- Augmente les donations altruistes



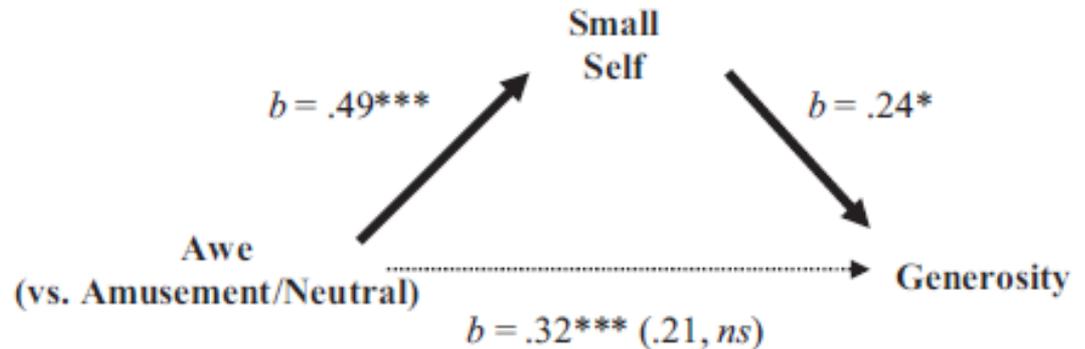
Algoe, S. B., & Haidt, J. (2009). Witnessing excellence in action: The 'other-praising' emotions of elevation, gratitude, and admiration. *Journal of Positive Psychology*, 4(2), 105-127.

Thomson, A. L., & Siegel, J. T. (2013). A moral act, elevation, and prosocial behavior: Moderators of morality. *Journal of Positive Psychology*, 8(1), 50-64.

Le sublime

Sublime (*awe*) = émotion ambiguë suscitée par des objets qui dépassent notre perception et/ou notre entendement (événements naturels, divinités, le Monde)

- Théorisée par Emmanuel Kant et Edmund Burke, popularisée par le romantisme
- Nous diminue et nous rend humble
- Augmente les donations altruistes dans certaines circonstances



Être ému

Nous disons souvent que nous sommes *émus*, ou que nous trouvons certaines choses *émouvantes*

- Qu'est-ce que cela signifie ?
- Est-ce une émotion particulière ?



Méthodologie



On demande aux participants de se **souvenir** d'un moment dans leur vie où ils ont été très émus et de le **décrire**.



Questions **libres** et **à choix multiples** sur ce qu'ils ont **ressenti**.



Questions **libres** et **à choix multiples** sur ce que cette expérience leur a **donné envie de faire**.

Résultats (situations émouvantes)



Relations sociales
63%



Actions morales
25%



Effort, triomphe
19%

Résultats (ressenti, motivation)

Être ému, une émotion profonde et agréable

- Sensation de chaleur au niveau du torse (chaud au cœur)
- Envie de pleurer (mais pas de tristesse)
- Boule dans la gorge
- Frissons (parfois)



Une émotion qui nous pousse à nous concentrer sur nos valeurs les plus importantes

- Les participants rapportent avoir eu envie de se concentrer sur ce qui était important pour eux.
- Vision plus positive du monde.
- Désir de devenir une meilleure personne, de prendre soin de leurs proches.

Une émotion qui motive à agir

- Études montrent que les participants se disent plus motivés à soutenir une cause (charité, politique) quand ils sont émus.
- Données préliminaires suggèrent qu'être ému peut augmenter les donations.

Cova, F., & Deonna, J. A. (2014). Being moved. *Philosophical Studies*, 169(3), 447-466.

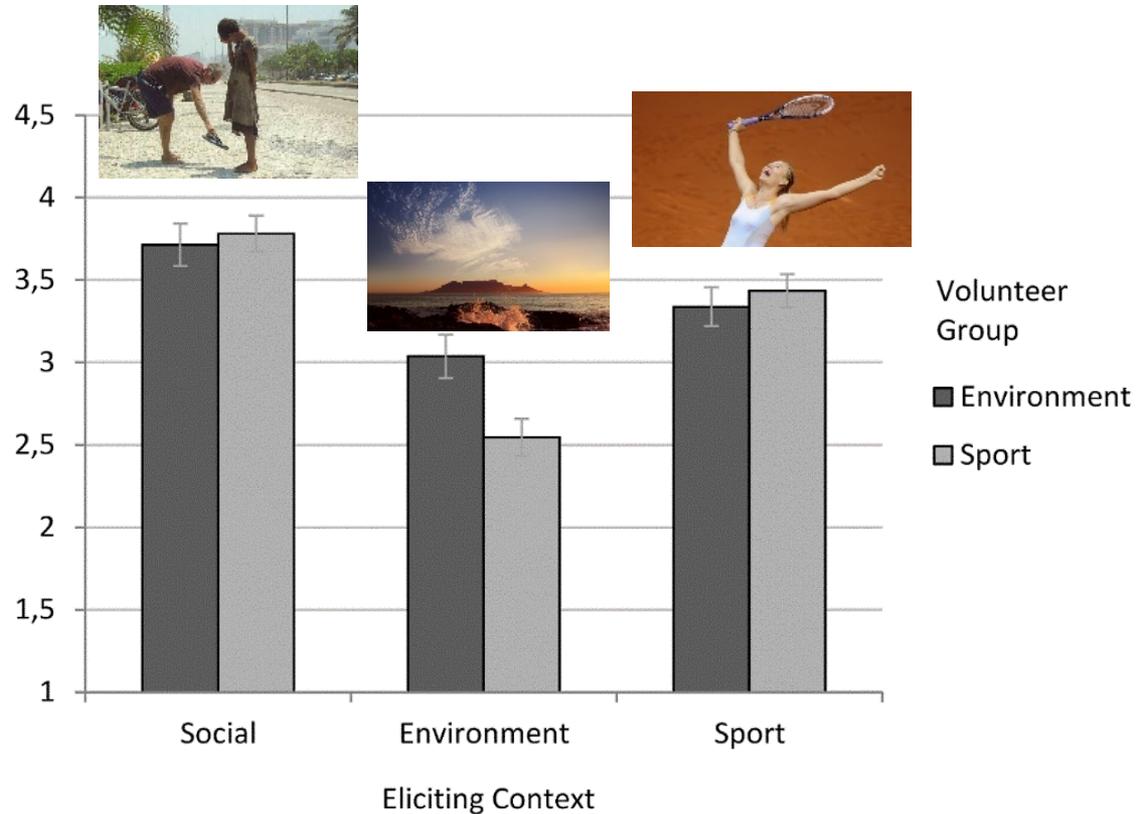
Strick, M., de Bruin, H. L., de Ruiter, L. C., & Jonkers, W. (2015). Striking the right chord: Moving music increases psychological transportation and behavioral intentions. *Journal of Experimental Psychology: Applied*, 21(1), 57.

Seibt, B., Schubert, T. W., Zickfeld, J. H., & Fiske, A. P. (in press). Touching the base: heart-warming ads from the 2016 US election moved viewers to partisan tears. *Cognition and Emotion*.

Par quoi peut-on être ému ?

Hypothèse : nous pouvons être émus par n'importe quelle valeur qui nous tient particulièrement à cœur

- Pas seulement les liens sociaux, les actes moraux et les efforts victorieux



En conclusion

- Les études comportementales sur la philanthropie partent pour la plupart d'une conception selon **Philanthropie = Aider les personnes dans le besoin**.
- Mais ces modèles ne permettent pas d'expliquer des formes de philanthropie **orientées vers la promotion de valeurs positives** (art, culture, science) plutôt que vers la réduction de la souffrance des individus.
- Néanmoins, ces récentes recherches sur une gamme **d'émotions positives orientées vers des valeurs** (morales, naturelles, esthétiques) constituent un point de départ pour mieux comprendre la diversité des comportements philanthropiques.