

Chère lectrice, Cher lecteur,

La société occidentale contemporaine est une société de réseaux : une société dans laquelle les relations interpersonnelles véhiculent des opportunités, catalysent la réalisation de nos entreprises et contribuent à en améliorer les conditions d'accomplissement.

Les relations interpersonnelles sont comme l'huile dans les rouages de la vie professionnelle et de la vie sociale : elles en facilitent le mouvement. Elles sont même devenues indispensables car, faute d'huile, la machine se grippe et s'arrête.

Le fait de connaître beaucoup de monde a toujours facilité les choses dans la vie, nous dira-t-on. Cela a d'ailleurs souvent été perçu négativement, comme un facteur d'inégalité sociale, car ceux qui n'en pouvaient bénéficier étaient défavorisés, disait-on. Et on a assimilé relations avec passe-droit, favoritisme ou privilège.

Cette vue un peu simple, est partiellement vraie, mais l'évolution technologique a complètement changé la donne : tout d'abord parce que des outils nouveaux ont multiplié les moyens de communiquer et donc d'initier des relations, mais aussi parce que les évolutions technologiques ont changé les comportements et que, de nos jours, le besoin de communiquer et d'entrer en relation fait, plus que jadis, partie du comportement humain ; nous sommes à l'ère de l'*homo conexus*, « l'homme connecté », au sens large. Les transports lents et le monopole de la poste et du téléphone fixe sur la communication à distance constituaient un contexte tout à fait différent. Aujourd'hui, la frénésie communicationnelle a marqué l'activité humaine au point de la rendre plus fiévreuse : la communication est comme la chaleur qui anime les atomes d'un liquide ou d'un gaz, les agitant au point qu'ils entrent en réaction chimique les uns avec les autres.

Et puis, aujourd'hui, le périmètre de notre monde relationnel s'est étendu au-delà des frontières du village, de la région, du pays, du continent.

Le temps où la relation était un bien rare est en voie de disparition : aujourd'hui, la relation est un bien commun, à la portée de la plupart et celui qui ne l'utilise pas est défavorisé.

Mais alors que les réseaux font partie du quotidien, notre état d'esprit, lui, a du mal à changer ! Et il y a toujours inégalité, mais elle provient davantage du fait que les gens ne peuvent ou ne songent pas à recourir aux relations qui sont à leur portée que de l'absence de telles relations.

Illustrons ceci par notre cas, les Anciens de Saint-Michel : qui aura l'idée de prendre en poche lorsqu'il voyage sur un autre continent l'adresse des anciens des jésuites dans le ou les pays de destination ou la liste des anciens de Saint-Michel qui vivent dans leur ville de destination ? Pourtant, ceux qui le font vous diront combien il est agréable et fructueux de rencontrer quelqu'un qui a le préjugé favorable et quelque chose de fort en commun avec vous, lorsque vous êtes loin.

Si les réseaux sont devenus un must incontournable et si chacun doit les cultiver pour rester en course, le réseau en soi ne résout rien : c'est la valeur personnelle qui engendra le progrès. Les réseaux ne sont qu'un contexte propice, la détermination, la décision et l'action sont dans les mains du sujet. Qui plus est : la communication, comme les réseaux, renferme des pièges et leur utilisation implique choix et discernement.

Le thème de ce numéro est le réseau relationnel : on tentera d'en donner une définition, d'en connaître les déterminants, d'apprendre comment les utiliser.

On verra les différences entre les types de réseaux et, en particulier, entre ce qui n'est qu'un outil sur lequel on surfe et la réalité d'un réseau relationnel dans lequel il faut parfois mériter sa place.

Bonne lecture !



Michel Jadot, Rédacteur en chef