

**Le Clean Language revisité : l'évolution d'un modèle (2004).** La Modélisation Symbolique est une discipline jeune qui continue de changer et de s'améliorer. Dans cet article, Penny Tompkins et James Lawley expliquent les évolutions de la méthode depuis ses débuts et proposent une nouvelle métaphore de la perception en *Clean Language*.

Original English: <https://cleanlanguage.com/clean-language-revisited/>

Publié pour la première fois dans le magazine **Rapport**, automne 2004

## **Le Clean Language revisité : l'évolution d'un modèle**

**par James Lawley et Penny Tompkins**

traduit par Eric von Saenger<sup>(\*\*)</sup>

« *Le Clean Language accompagne le processus du client, tout en garantissant que ses propres signifiés et ses résonances demeurent intacts et non contaminés par les mots du thérapeute.* »

David Grove<sup>1</sup>

C'est en 1997 que nous avons publié *Less is More*<sup>2</sup> (Moins est Plus), notre premier article sur le *Clean Language* de David Grove. Depuis, notre modèle du *Clean Language* a connu deux révisions. Nous décrivons plus loin les changements apportés et en expliquons les raisons. En analysant le développement de notre réflexion à travers le temps, nous mettons en évidence l'aspect évolutif du processus de modélisation quand il est observé sur le long terme.

### **D'où vient le Clean Language ?**

David Grove a conçu le *Clean Language* au début des années 1980. Il avait constaté que ses clients en psychothérapie utilisaient souvent des métaphores pour décrire leurs expériences les plus traumatiques ou les plus difficiles. Il avait aussi remarqué que lorsqu'il posait des questions ordinaires à propos de ces métaphores, celles-ci semblaient soudain parvenir au terme d'une vie éphémère (*half-life*) ; c'est-à-dire qu'elles disparaissaient très vite et que le client revenait à un discours conceptuel habituel. Par l'expérimentation, il découvrit qu'en posant des questions très simples en utilisant au maximum les mots exacts du client et en réduisant autant que possible l'apport de toute autre information présumée, alors les métaphores du client subsistaient assez longtemps pour « révéler leur force ». Et lorsque cela se produisait, les clients rendaient compte du fait que leurs symptômes commençaient à guérir, empruntant parfois des chemins inattendus. Encouragé par ces résultats, David Grove s'embarqua alors pour un voyage de vingt ans dans le monde de la métaphore et de la pratique du *Clean Language*.

Les questions de David Grove sont *Clean* parce qu'elles permettent que les perceptions du client ne soient contaminées qu'au minimum par les représentations personnelles du coach ou du thérapeute — les MAP : *M*étaphores, *A* priori, *P*ré-suppositions (*Metaphors, Assumptions, Presuppositions* dans le texte original, NdT). Le facilitateur n'utilise que les mots du client et les insère à l'intérieur d'une formulation précise de questions. Il n'ajoute aucun mot qui vienne de lui. David Grove dit ainsi que « le "moi" du thérapeute doit sembler avoir disparu ». Le but d'une question *Clean* est d'inviter le client à porter son attention sur un aspect particulier de sa propre expérience. Dans le contexte de la thérapie ou du coaching, *Clean* ne signifie pas "sans influence". Bien au contraire, ces questions sont hautement influentes du fait même qu'elles sont *Clean*. Mais il s'agit là d'une influence d'un genre très différent de celui qu'exercent la plupart des autres questions.

## La Modélisation Symbolique

David Grove a inventé le *Clean Language*. Notre contribution a été d'en spécifier les composants : la syntaxe, les caractéristiques vocales, les autres manifestations non verbales et les questions *Clean*. Nous avons aussi catégorisé les questions et expliqué le rôle de chacune. Nous avons étendu leur usage en dehors du champ de la psychothérapie et nous les avons situées dans le cadre d'un processus de modélisation que nous avons appelé « Modélisation Symbolique ».

La Modélisation Symbolique est un processus systémique intégrateur (du bas vers le haut, en anglais *bottom up*). Elle utilise le *Clean Language*, les métaphores du client et la modélisation. La modélisation est la méthodologie, les métaphores sont le matériau et le *Clean Language* est l'outil.

### Modéliser David Grove

Nous serons éternellement reconnaissants à David Grove d'avoir toujours mené ses recherches à partir des expériences de ses clients. Au moment où nous commençons à modéliser David en 1995, il avait développé un jeu de questions *clean* qui était déjà abondamment éprouvé mais toujours en évolution. Depuis lors, nous avons participé chaque année à ses retraites et séminaires au Royaume Uni et, parfois, aux États Unis. Cela nous a permis de l'observer à l'œuvre auprès d'une grande variété de personnes et d'expérimenter le processus par nous-mêmes en tant que clients.

Un des aspects de notre contribution a été de produire un modèle qui tient compte de l'ensemble des évolutions que David Grove a apportées à son utilisation du *Clean Language* et qui n'est pas dépendant de l'ordre dans lequel il a découvert les questions. Nous avons exploité autant de sessions client qu'il nous a été possible et nous avons passé des heures à étudier des retranscriptions à la recherche de schémas répétitifs. Nous avons aussi obtenu des enregistrements, des vidéos et des retranscriptions de sessions qu'il a facilitées de 1989 à 1992 ; celles-ci nous ont permis de repérer ses premières utilisations du *Clean Language*.

Une des techniques de modélisation que nous avons utilisées a consisté à compter le nombre de fois qu'apparaissait chaque question au travers d'échantillons de sessions sélectionnés sur une période de plusieurs années. Nous avons ainsi découvert qu'il utilisait fréquemment des variantes de neuf questions. Celles-ci représentaient 80% de toutes les questions qu'il posait.

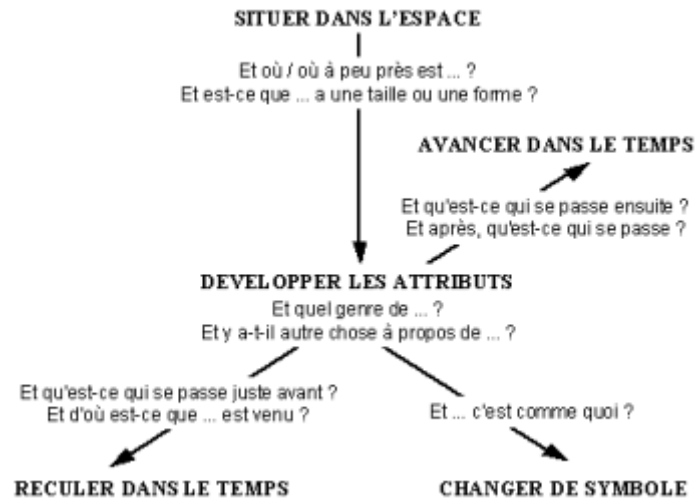
Notre réflexion s'est éclairée lorsque nous avons classé les questions en fonction du type d'expérience vers laquelle elles dirigent l'attention du client. Ceci nous fit réaliser que le *Clean Language* est idéal pour modéliser « la structure de l'expérience subjective » en général et les perceptions métaphoriques et les représentations symboliques en particulier.

### Version 1 (1996)

Parce que nous appelons « Paysage Métaphorique » l'ensemble des représentations symboliques d'un client, nous avons utilisé la métaphore d'un compas pour montrer comment les questions aident un client à s'orienter dans son propre paysage (voir figure 1). Les flèches du compas indiquent les directions vers lesquelles l'attention du client se dirige afin d'accéder à une classe d'information parmi cinq :

- Les attributs d'un symbole ou d'un composant de perception
- L'emplacement d'un symbole dans l'espace perceptif
- Un évènement subséquent (après)
- Un évènement précédent (avant)
- Un transfert, une conversion ou une translation d'une description conceptuelle ou abstraite vers une métaphore équivalente ou vers une représentation symbolique

Le modèle du « compas des neuf questions » fut publié pour la première fois dans le numéro Printemps 1997 du magazine Rapport :



**Figure 1.** Le modèle original du compas des neuf questions.  
Note : "... " représente les mots du client.

Les neuf questions de base sont indépendantes du contexte et peuvent être posées pratiquement à tout moment du processus. En plus des questions de base, nous avons identifié environ vingt questions supplémentaires, dites « spécialiste », que David Grove utilise occasionnellement et seulement dans certaines conditions. Les questions spécialiste ne sont *clean* que lorsque le client a préalablement exprimé ou présupposé qu'un contexte approprié existe dans son paysage. Par exemple, si un client dit :

« Ils bondissent sur moi »,

parce que les mots du client présupposent que « ils » sont plusieurs, la question spécialiste « combien ... » peut légitimement être posée :

« **Et combien sont-ils à bondir sur toi ?** »

Note : les mots en **gras** sont ceux introduits par le facilitateur.

## Version 2 (1998)

De 1997 à 1998, nous avons apporté deux modifications à notre modèle initial : nous avons déplacé la question « Et est-ce que ... a une forme ou une taille ? » de la catégorie des questions de base à la catégorie des questions spécialiste ; nous avons aussi séparé la question à propos de la localisation en deux questions distinctes : « Et où est / se trouve ... ? » et « Et où à peu près / précisément ... ? ». Ces changements faisaient suite à deux nouvelles idées.

La première est que « Et est-ce que ... a une taille ou une forme ? » n'est *clean* que si le client a précédemment fait référence à une partie de son expérience à l'aide de « il » ou a présupposé que cette partie était comme une chose. Le fait de percevoir notre expérience comme une chose est très courant, mais n'est pas universel. Par exemple, dans la métaphore « Il faut que je lâche ma colère », "colère" est mentionnée comme s'il s'agissait d'une "chose" que l'on peut "lâcher". Dès lors, il est *clean* de poser la question à propos de la taille et de la forme :

« **Et quand il faut que tu lâches ta colère, est-ce que cette colère a une taille ou une forme ?** »

Par contre, « J'ai besoin de me sentir en colère » caractérise la colère en tant que sensation, laquelle peut ne pas être assimilée à une chose. Dans ce cas, il ne serait pas *clean* de poser la question à propos de la taille et de la forme. Cette question exige que certaines conditions existent avant qu'elle puisse être posée de manière *clean* ; nous l'avons donc placée dans la liste des questions spécialiste.

La seconde idée vient du fait qu'en anglais "whereabouts ?" peut soit signifier "où à peu près ?" soit signifier "où précisément ?". La différence dépend du fait que "whereabouts" s'adresse au symbole ou à une localisation déjà définie. Pour occuper la place laissée vacante sur le compas par le déplacement de la question à propos de la taille et de la forme, nous avons séparé les questions "où est ... ?" et "où à peu près / précisément ... ?" en deux questions distinctes(\*).

La figure 2 montre la version du compas telle qu'elle est apparue dans notre livre *Metaphors in Mind: Transformation through Symbolic Modelling* publié en 2000<sup>3</sup>.

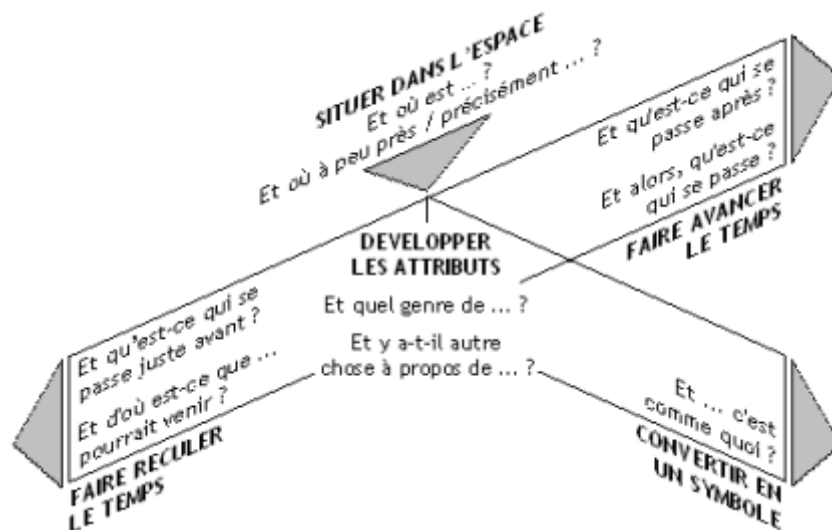


Figure 2. Le modèle modifié du compas des neuf questions de base.

### Version 3 (2003)

Depuis la publication de *Metaphors in Mind*, nous avons formé des centaines de personnes à l'utilisation du *Clean Language* et nous avons observé comment elles s'étaient approprié le modèle. Nous avons aussi observé comment des étudiants qui sont devenus experts pour poser les questions appliquent le modèle. Des discussions avec des formateurs en *Clean Language* et en Modélisation Symbolique ont aussi stimulé notre réflexion. Cela nous a poussés à modifier à nouveau notre modèle, lequel a maintenant acquis, avec la bénédiction de David Grove, une plus grande indépendance vis-à-vis de sa source originelle.

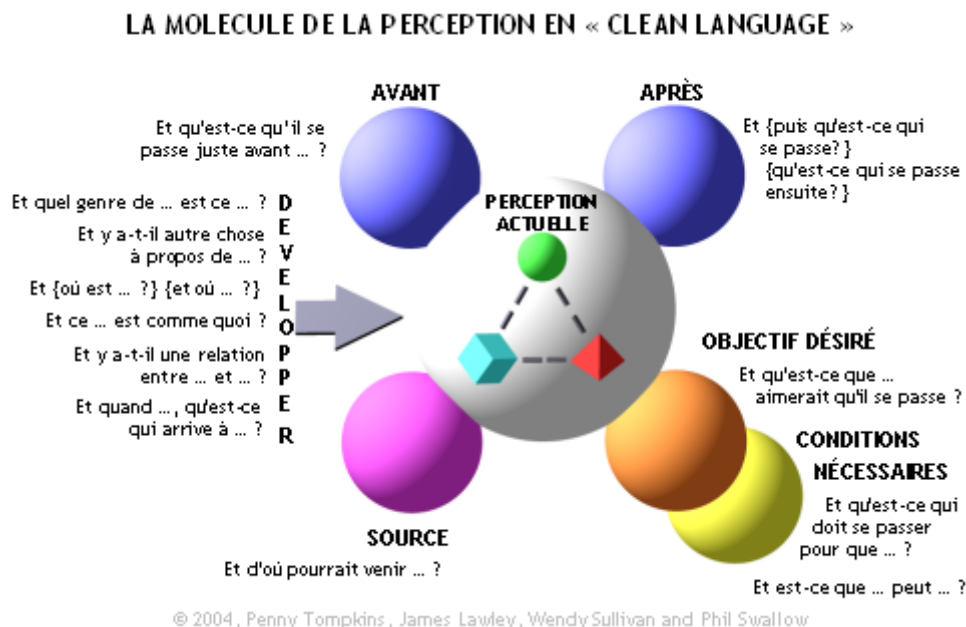
Le critère que nous avons utilisé pour décider d'inclure une question dans notre modèle initial était sa fréquence d'utilisation par David Grove. Dans sa dernière version, notre critère s'est moins appuyé sur l'utilisation du *Clean Language* par David Grove (qui développe maintenant le *Clean Space*<sup>4</sup>) que sur la possibilité qu'il offre à des personnes d'acquérir un ensemble cohérent de questions qu'elles peuvent utiliser dans toute une série de champs d'application : la psychothérapie et le coaching, bien sûr, mais aussi dans tous les domaines de la santé, de l'entreprise et de l'éducation.

Nous avons appelé cette dernière version du modèle les « 9+3 questions de base du *Clean Language* ». Il est possible de conduire une session entière de Modélisation Symbolique en n'utilisant que ces douze questions. Nous avons continué à classer les questions en fonction de la direction vers laquelle elles orientent l'attention du client. Chaque catégorie correspond à l'une des métaphores fondamentales de la perception que presque tout le monde utilise pour construire son modèle du monde et pour organiser son expérience :

<b>Développer</b> (la perception actuelle)	<i>Attributs</i>	Et y a-t-il autre chose à propos de ... ? Et quel genre de ... ?
	<i>Localisation</i>	Et où est ... ? Et où à peu près / précisément ... ?
	<i>Relation</i>	Et y a-t-il une relation entre ... et ... ? Et quand ... qu'est-ce qui se passe avec ... ?
	<i>Métaphore</i>	Et quand ... c'est comme quoi ?
<b>Déplacer</b> dans le temps	<i>Avant</i>	Et qu'est-ce qui se passe juste avant ... ?
	<i>Après</i>	Et qu'est-ce qui se passe après / ensuite ?
	<i>Source</i>	Et d'où est-ce que ... vient / pourrait venir ?
<b>Intention</b>	<i>Résultat désiré</i>	Et qu'est-ce ... aimerait qu'il se passe ?
	<i>Condition nécessaire</i>	Et qu'est-ce qui doit se passer pour que ... ? Et est-ce que ... peut ... ?

## Du compas à la molécule

La figure 3 utilise une molécule pour représenter l'expérience du client. Nous sommes passés de la métaphore d'un compas à celle d'une molécule pour deux raisons. D'une part, nous voulons insister sur l'interconnexion plutôt que sur la direction. D'autre part, la molécule représente la perception du client, à la fois interne (à l'intérieur de la sphère centrale) et externe (à l'extérieur de la sphère centrale). Nous voulons que les perceptions du client soient au centre de tout ce que le facilitateur dit et fait en tant que modélisateur. En plaçant les questions autour et à l'extérieur, nous soulignons que le facilitateur doit d'abord décider à quelle sphère de la perception il souhaite que son client s'intéresse et qu'ensuite seulement il pose une question qui invite le client à porter son attention à cette partie de son expérience.



**Figure 3.** Orienter l'attention portée à la perception à l'aide des « 9+3 questions de base du *Clean Language*. »

Note : la flèche indique que les questions de développement sont posées à la perception actuelle.

## Notre réflexion change

Les questions de développement maintiennent le temps arrêté et gardent l'attention du client sur un des aspects de sa perception actuelle. La version 3 de notre modèle inclut deux questions de développement supplémentaires qui invitent le client à porter son attention à la relation qui existe entre deux aspects (X et Y) de son Paysage Métaphorique :

« Et y a-t-il une relation entre X et Y ? »

« Et quand X, qu'est-ce qui se passe avec Y ? »

Nous considérons ces deux questions comme des questions de base parce que la perception humaine est une *gestalt* (c'est-à-dire une perception immédiate de ce qui "est", sans interprétation par l'intellect du client, NdT) : elle est interconnectée et, de ce fait, les symboles d'un Paysage Métaphorique sont toujours en relation les uns avec les autres. En effet, chaque phrase contient des mots qui révèlent ces relations, comme les verbes et les prépositions par exemple.

Le second changement majeur est l'apparition d'une nouvelle catégorie de questions à propos des intentions. La distinction entre les neuf premières questions de base et les "+3" questions à propos des intentions est vitale. Les neuf premières sont utilisées pour modéliser ce qui "est". Les trois questions d'intention invitent le client à modéliser lui-même son résultat désiré et les conditions nécessaires pour que ce résultat puisse être obtenu. Associées au désir du client de changer, les questions d'intention font de la Modélisation Symbolique non plus seulement un "pur" processus de modélisation mais un processus du changement basé sur la modélisation. C'est pourquoi la question « Et qu'est-ce vous aimeriez qu'il se passe ? » est utilisée pour initier la plupart des sessions de thérapie ou de coaching qui utilisent la Modélisation Symbolique.

Parmi d'autres révisions mineures de notre modèle, nous mentionnerons la décision que, du fait que les questions « Où est ... ? » et « Où à peu près / précisément ... ? » dirigent toutes les deux l'attention du client vers le même genre d'expérience (la localisation d'un élément dans son espace perceptif), celles-ci peuvent être considérées comme des variations d'une seule et même question. Le lecteur aura peut-être remarqué que cela nous ramène à l'option qui avait été retenue dans première version du modèle !

Nous avons aussi décidé que les questions « Et, après, qu'est-ce qu'il se passe ? » et « Et qu'est-ce qui se passe ensuite ? » dirigent toutes les deux l'attention du client vers un événement qui se produit après celui en cours dans la perception actuelle du client et qu'elles font, en quelque sorte, "avancer le temps" de la même manière. Nous classons donc désormais ces deux questions comme une seule et même question.

Le dernier changement que nous avons introduit dans la version 3 de notre modèle est la création d'une catégorie de questions distincte, appelée "source", pour la question « Et d'où vient / pourrait venir ... ? ». Nous avons fait ce choix pour indiquer clairement que cette question invite le client à porter son attention à une information de nature différente (l'origine de X, la cause de X ou la provenance de X) de celle qui concerne l'évènement qui précède X dans le temps (ce qui se produit avant X).

## Exemple

En utilisant la figure 3 comme guide, nous partons d'une phrase prononcée par un client et nous montrons comment chacune des « 9+3 questions » invite le client à diriger son attention vers une sphère différente de son expérience.

Facilitateur : « **Et qu'est-ce que tu aimerais qu'il se passe ?** »

Client : « Je voudrais me sentir fort et tenir tête aux autres. »

A ce moment, en tant que facilitateur, nous disposons de nombreuses directions vers lesquelles nous pouvons souhaiter diriger l'attention de notre client. Nous rangeons ces directions en deux grandes familles selon qu'elles sont tournées :

- vers l'intérieur de la perception actuelle du client (dans la sphère centrale de la figure 3) ;
- vers l'extérieur de la perception actuelle du client (vers l'une des sphères périphériques).

Dans la liste ci-dessous, les questions *clean* sont listées selon la sphère de l'expérience vers laquelle le facilitateur souhaite diriger l'attention du client :

<b>Vers l'intérieur</b> de la perception actuelle	<i>Attributs</i>	<b>Et y a-t-il autre chose à propos de</b> tenir tête aux autres ? <b>Et quel genre de fort est ce fort-là ?</b>
	<i>Localisation</i>	<b>Et où est</b> te sentir fort ?
	<i>Relation</i>	<b>Et y a-t-il une relation entre</b> te sentir fort <b>et</b> tenir tête aux autres ? <b>Et quand</b> te sentir fort, <b>qu'est-ce qui se passe avec</b> les autres ?
	<i>Métaphore</i>	<b>Et c'est</b> fort <b>comme quoi ?</b>
<b>Vers l'extérieur</b> de la perception actuelle	<i>Evènement avant</i>	<b>Et qu'est-ce qui se passe juste avant</b> te sentir fort ?
	<i>Evènement après</i>	<b>Et qu'est-ce qui se passe ensuite ?</b>
	<i>Source</i>	<b>Et d'où est-ce que</b> te sentir fort <b>pourrait venir ?</b>
	<i>Résultat désiré</i>	<b>Et quand</b> tu voudrais te sentir fort et tenir tête aux autres, <b>qu'est-ce que tu aimerais qu'il se passe maintenant ?</b>
	<i>Condition nécessaire</i>	<b>Et qu'est-ce qui doit se passer pour</b> te sentir fort ? <b>Et est-ce que tu peux</b> te sentir fort ?

## Travailler de manière systémique

En Modélisation Symbolique, le *Clean Language* est appliqué de manière systémique, c'est-à-dire avec une conscience que l'on est en train de travailler d'une façon non linéaire et avec des propriétés qui émergent d'un système humain. Le fait que le *Clean Language* puisse être utilisé ainsi tient aux raisons suivantes :

- La simplicité des questions permet à la complexité d'un système d'émerger sans que celle-ci soit contaminée par les métaphores, les *a priori* et les présuppositions du facilitateur.
- Il suscite la tendance naturelle d'un système à manifester une orientation idiosyncrasique, c'est-à-dire à suivre un chemin de développement qui lui est particulier.
- Il peut fonctionner à plusieurs niveaux d'organisation : composant, relation, motif et schéma d'organisation.
- En permettant à un individu ou à un groupe de repérer un réseau de relations, ceux-ci peuvent découvrir « la sagesse de leur propre système », laquelle n'est contenue dans aucune des parties mais émerge de la configuration de l'ensemble.

Lorsqu'un facilitateur utilise la Modélisation Symbolique dans un contexte thérapeutique ou de coaching, son rôle est d'utiliser le *Clean Language* pour inviter le client à découvrir divers aspects de sa perception et à les modéliser lui-même. Le rôle du client est de comprendre comment ses perceptions fonctionnent ensemble comme un système et, ce faisant, agissent comme une source de *feed-back* qui lui permet de continuer à apprendre au travers de ses propres expériences.

Et comme nous continuons à apprendre auprès de nos collègues, de nos étudiants et de nos clients, nous pouvons être sûrs que notre modèle du *Clean Language* continuera d'évoluer encore.

Remerciements à Phil Swallow, Wendy Sullivan et Marian Way pour leurs commentaires, remarques et précieuses suggestions.

### Notes :

<sup>1</sup> David J. Grove et B.I. Panzer, *Resolving Traumatic Memories: Metaphors and Symbols in Psychotherapy* (Irvington, 1989), p. 1.

<sup>2</sup> Penny Tompkins et James Lawley, *Less is More ... The Art of Clean Language*, *Rapport Magazine*, Numéro 35, Février 1997.

<sup>3</sup> James Lawley et Penny Tompkins, *Metaphors in Mind: Transformation through Symbolic Modelling* (The Developing Company Press, 2000).

<sup>4</sup> Penny Tompkins et James Lawley, *Clean Space: Modeling Human Perception through Emergence*, *Anchor Point*, Vol. 17, No. 8, Septembre 2003.

(\*) "*Where?*" et "*Whereabouts?*" peuvent s'adresser à un symbole aussi bien qu'à une localisation. D'une manière générale (et il y a toujours des exceptions) l'effet des questions peut être précisé ainsi :

- "*Where?*", s'adressant à un *symbole*, sollicite une localisation.
- "*Whereabouts?*", s'adressant à un *symbole*, sollicite aussi une localisation tout en donnant au client la latitude de décrire une localisation plus générale.
- "*Where?*", s'adressant à une *localisation*, sollicite une localisation plus spécifique.
- "*Whereabouts?*", s'adressant à une *localisation*, sollicite également une localisation plus spécifique. En résumé, "*Where?*" et "*Whereabouts?*" ont des effets différents quand ils s'adressent à un symbole, mais des effets similaires quand ils s'adressent à une localisation. (Merci à Phil Swallow pour avoir aidé à identifier ces distinctions.)

(\*\*) **Note du traducteur :** La traduction de cet article reflète les récents choix de Jennifer de Gandt et des représentants de la Modélisation Symbolique en France concernant les expressions techniques ou spécifiques de la Modélisation Symbolique. Ainsi, les expressions *Clean Language*, *Clean Space* et *clean* n'ont pas été traduites en leurs équivalents français couramment utilisés jusqu'à présent, respectivement "Langage Propre", "Espace Propre" et "propre". Il n'en est pas de même pour *Symbolic Modelling* et *Metaphor Landscapes* qui sont toujours traduits par "Modélisation Symbolique" et "Paysages Métaphoriques". (Eric von Saenger, décembre 2004.)

Penny Tompkins et James Lawley sont psychothérapeutes inscrits au UKCP, coaches d'entreprise et formateurs PNL certifiés. Ils sont les auteurs de *Metaphors in Mind: Transformation through Symbolic Modelling*. Ils ont récemment produit une vidéo de formation *A strange and strong sensation* qui montre une session entière de Modélisation Symbolique avec un client ; le film est enrichi d'annotations sur écran et le DVD ou la cassette VHS sont accompagnés d'un livret contenant une retranscription complète de la session avec un commentaire en trois dimensions de conception unique dans son genre. Pour trouver d'autres articles ou davantage d'informations sur le livre, la vidéo ou les formations consacrés à la Modélisation Symbolique, vous pouvez consulter les sites Internet suivants : Au Royaume Uni et en anglais : [www.cleanlanguage.co.uk](http://www.cleanlanguage.co.uk)

En France et en français : [innovativepathways.net](http://innovativepathways.net)