

15

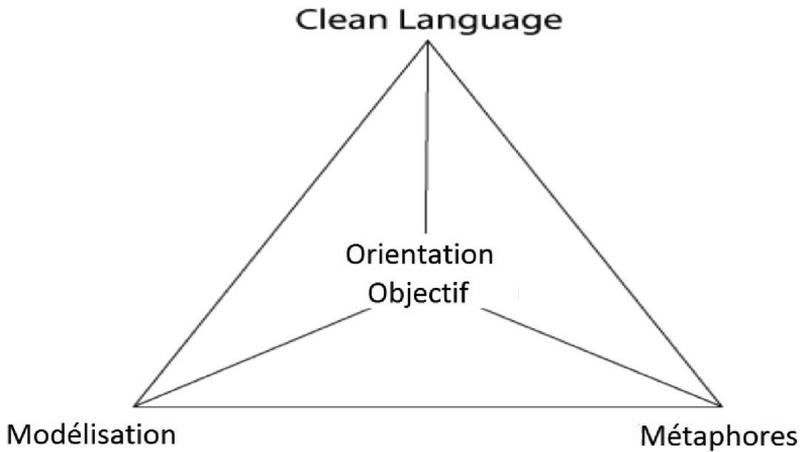
PREMIERS PAS VERS LA MODÉLISATION MÉTAPHORIQUE ET LE CLEAN LANGUAGE

James Lawley et Penny Tompkins¹

Le chapitre en questions

- Qu'est ce qu'un exemple de processus de changement émergent et systémique ?
- Comment le changement peut-il se produire sans technique de changement ?
- Comment fonctionne la Modélisation Métaphorique ?
- Pourquoi l'appelle-t-on méthodologie de modélisation ?
- Pourquoi le Clean Language s'appelle-t-il « Clean » ?
- Pourquoi les métaphores des gens sont-elles si importantes ?
- Dans quels contextes peut-on utiliser la Modélisation Métaphorique ?
- Qu'est-ce que le Clean Space ?

1. James Lawley, Penny Tompkins et Grégory le Roy remercient vivement Noémie Dehouck pour la supervision efficace et élégante de la traduction de ce chapitre. Noémie Dehouck est Superviseur et Enseignante certifiée en Modélisation Métaphorique.

Le chapitre en image**Modélisation métaphorique**

Appliquée à :

la modélisation
de l'excellencele changement
des métaphores
limitantesla création
de nouvelles
métaphoresla méthodologie
de recherche

Le chapitre en bref

Ce chapitre offre une vue d'ensemble de la Modélisation Métaphorique, du Clean Language et du Clean Space. Ce qu'ils sont, comment les mettre en application et comment ils fonctionnent.

Nous expliquons comment :

- les métaphores des gens ouvrent une porte sur un paysage symbolique intérieur de leur corps-esprit ;
- les questions du Clean Language permettent aux gens d'identifier, de développer, d'explorer et de faire évoluer leurs métaphores ;
- une méthodologie de modélisation peut mener à un changement spontané et émergent – sans avoir recours à une technique de changement.

Un échantillon de transcription permet de passer de la théorie à la pratique en guidant le lecteur à travers les 6 phases de la Modélisation Métaphorique Lite. De plus un guide pour un processus similaire, le Clean Space, offre un moyen simple et cependant efficace de générer de la créativité.

INTRODUCTION

Avant le travail de David Grove, en thérapie, les métaphores étaient principalement utilisées pour raconter des histoires dans le style de Milton Erickson. On utilisait peu les métaphores autogènes – les métaphores générées par le client. Lorsque nous sommes tombés sur David Grove, nous avons réalisé qu'il avait conçu une nouvelle manière de travailler avec « la structure de l'expérience subjective » (Bandler et Grinder).

David Grove est probablement mieux connu pour son « Clean Language » (« le Langage Propre ») – un modèle de questionnement pour travailler avec le champ métaphorique et symbolique de l'expérience. Ses dernières innovations sont le « Clean Space » (« l'Espace Clean ») et l'« Emergent Knowledge » (« l'Emergence Cognitive »). Ce qui unit tous les processus de David Grove, c'est la notion du travail « Clean ». En 1995, nous avons décidé de modéliser David et cela nous a conduits à écrire « Des métaphores dans la tête », publié chez InterEditions en 2000. Nous avons intégré un grand nombre d'idées de Grove et nous avons également fait appel à des découvertes récentes en linguistique cognitive, à la théorie des systèmes auto-organisés et à la dynamique évolutive.

Notre but était de créer un modèle qui pourrait être appliqué à une gamme de contextes, en plus de l'accompagnement – l'éducation, le management et la recherche, etc.

En révisant dernièrement notre modèle, nous avons vu que le processus a un noyau central – que nous appelons « la modélisation métaphorique lite » – et que nous présentons pour la première fois en français. Maîtriser la version lite signifie que vous êtes capables d'utiliser les questions de base du Clean Language pour identifier, développer et explorer les métaphores des gens, ce qui va déjà vous mener loin. Si vous voulez aller plus loin, vous devrez développer les compétences du modélisateur métaphorique, ce qui vous demandera un peu plus de temps de formation.

Trois domaines d'expérience

Il est utile de faire la distinction entre différents aspects de notre expérience. Notre recherche montre qu'il existe trois façons fondamentales d'appréhender le monde : Sensorielle, Conceptuelle et Symbolique ; chacun de ces domaines possède en propre son but, sa logique, et son type de langage.

Sensoriel

Nous lions connaissance avec notre environnement, le monde matériel, le comportement des autres et nous-même, d'une part en voyant, en entendant, en touchant, en sentant, en goûtant, d'autre part à travers nos émotions et autres perceptions de l'orientation, du mouvement, de l'équilibre et de notre position. Nous avons aussi des images, des sons et sentiments dans notre esprit en se souvenant d'un événement passé, ou en imaginant un événement futur.

Conceptuel

Toutes les catégories, comparaisons, croyances et jugements sont des constructions de l'esprit humain. Elles n'existent qu'en tant que concepts abstraits. Nous avons tous vécu l'expérience de faire partie d'un groupe de personnes apparentées, cependant aucun d'entre nous n'a jamais touché du doigt le concept « famille ». Les concepts

relèvent d'une réalité différente de celle qui permet de sentir ou imaginer le monde matériel. Les concepts sont des étiquettes pour des gestalts complexes d'expérience.

Symbolique

Un nombre croissant de philosophes, linguistes et scientifiques cognitifs affirme qu'une grande partie de notre langage et de notre pensée au quotidien n'est ni sensorielle ni conceptuelle, mais métaphorique en réalité. Les métaphores nous permettent d'exprimer et de donner forme aux sentiments, aux comportements, aux situations complexes et aux concepts abstraits d'une façon qui transmet une partie de cette expérience. Pour ce faire, la plupart des métaphores utilisent le monde sensoriel-matériel pour décrire, saisir et raisonner sur le conceptuel et l'abstrait.

Utilisations de la Modélisation Métaphorique

Tout le monde utilise tout le temps des métaphores ; parfois jusqu'à six fois par minute ! Ce chiffre nous surprend, parce que la plupart des métaphores sont construites, dites et reçues sans qu'on en ait conscience. La recherche de ces trente dernières années a montré que non seulement nous parlons et faisons des gestes en métaphores, mais que nous pensons et agissons sur la base de nos métaphores. Vos collègues, clients, amis et ennemis emploient tous la métaphore. Et pas seulement occasionnellement, mais la plupart du temps.

Les métaphores peuvent être une source de créativité. Elles peuvent également spécifier et limiter notre façon de penser, et maintenir ainsi des schémas de comportements improductifs et autodestructeurs. Le fait de savoir écouter et observer les mots et les gestes métaphoriques d'une personne offre un formidable éclairage sur la façon dont son monde intérieur fonctionne, et le Clean Language est conçu sur mesure afin de modéliser le processus et la structure de ce monde.

La modélisation métaphorique est utilisée avec succès comme processus de changement, de créativité et de formation dans des contextes aussi variés qu'une prison de haute sécurité, un centre spatial de la NASA et une école primaire. Sa valeur est de plus en

plus reconnue dans l'accompagnement professionnel, personnel et sportif. Tout en étant d'une grande efficacité pour travailler avec les questions « du quotidien », elle est particulièrement adaptée dans le travail avec :

- les grandes questions de la vie, comme le but ou le sens ;
- les ressentis mal définis (ex : quelque chose ne va pas, fait peur, n'est pas sécurisant ou manque) ;
- l'identité et les niveaux spirituels ;
- les conflits intérieurs ;
- les patterns insolubles ou qui génèrent des doubles contraintes ;
- le travail sur les traumatismes, terreau du Clean Language sur lequel David Grove a commencé son travail.

QU'EST-CE QUE LA MODÉLISATION MÉTAPHORIQUE ?

Tous les processus de changement nécessitent un « médium » ou « véhicule », une « méthode » et des « moyens ». En modélisation métaphorique, ce sont : la métaphore, la modélisation et le Clean Language (Langage Propre). Ensemble, ils ont été utilisés de quatre façons : pour modéliser des stratégies et des états d'excellence, pour faciliter le changement, pour accompagner des individus et des groupes, pour créer de nouvelles métaphores, et de plus en plus comme méthodologie de recherche.

À la différence de la psychologie qui, pour l'essentiel, vise à découvrir des généralités sur l'être humain, la modélisation métaphorique s'adresse à l'organisation idiosyncrasique unique de la carte du monde de chaque individu. Par exemple, une cliente se trouve « à un croisement » dans sa vie. C'est une métaphore assez courante, que nous avons entendue à de nombreuses reprises. Cependant, après quelques questions en Clean Language, il est devenu clair que ce « croisement » était unique. Il impliquait une voie de chemin de fer, un train à l'approche, un terrain aride d'un côté des voies et une nature luxuriante de l'autre. Et alors que « désir » situé à l'intérieur de la poitrine de la cliente voulait faire le petit saut pour franchir les voies, ses jambes étaient coincées à cause des mains

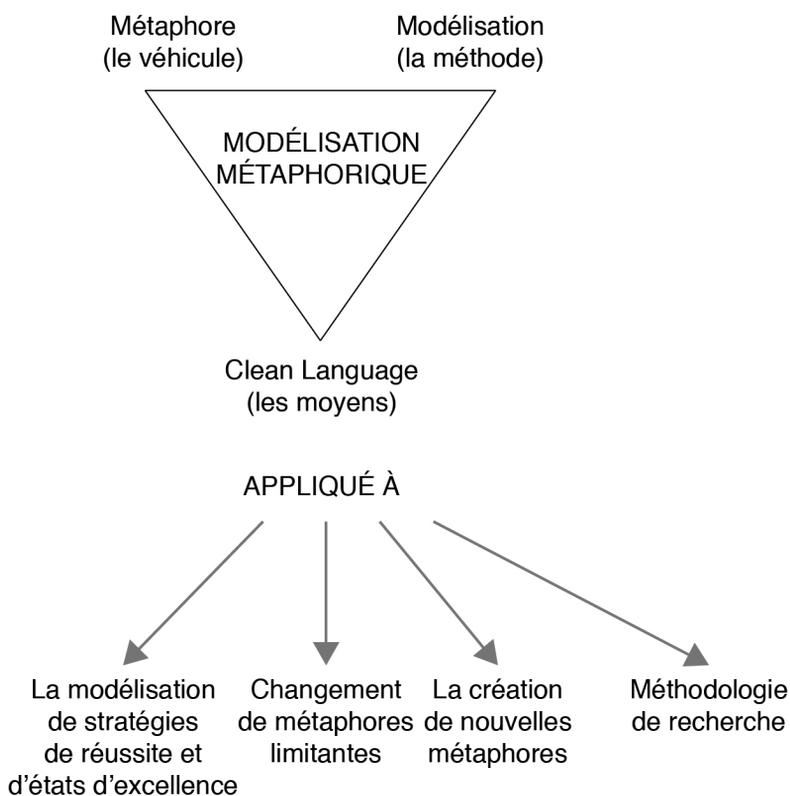


Figure 15.1 – Quatre moyens d'appliquer les trois composantes de la modélisation métaphorique

de la responsabilité au niveau de son ventre, qui les retenaient. L'idiosyncrasie est importante car, comme le disait Aristote : « Il n'existe pas de science de l'individu. »

Si la modélisation métaphorique est traditionnellement employée pour aider les individus à se développer, elle est aussi appliquée aux groupes (ex. réunions, formation d'équipes) et aux organisations (ex. pensée stratégique, changement de culture).

La métaphore – le médium ou véhicule

« L'essence de la métaphore est de comprendre et de faire l'expérience d'un type de chose en termes d'un autre » (Lakoff et Johnson). La recherche montre que la majorité de nos métaphores

et de nos comparaisons provient de notre compréhension du corps et du fonctionnement du monde physique. Lorsqu'un client dit qu'il se sent comme « un poisson hors de l'eau », nous saisissons immédiatement comment il perçoit sa situation. Parce que nous connaissons déjà la nature de « poisson », « hors de » et « eau », nous pouvons transporter notre expérience du domaine physique vers le domaine mental abstrait.



*“Bon, depuis combien de temps sentez-vous
comme un poisson hors de l'eau ?”*

La métaphore rend l'intangible tangible, elle donne forme à des relations et à des patterns, et elle capture la nature essentielle d'une expérience. La métaphore offre de nombreux avantages :

- Elle permet au client de travailler sans contenu, s'il le souhaite.
- Elle facilite le travail au niveau du processus et de la structure.
- Elle opère à plusieurs niveaux simultanément.
- Elle est comme un cadeau durable. En séance, un processus se déploie qui peut continuer pendant des jours, des semaines et parfois des années. Une bonne métaphore ressource peut durer toute une vie.

La modélisation – la méthode

La modélisation métaphorique diffère des autres formes de modélisation par trois aspects. Les deux premiers sont évidents : nous modélisons l'organisation des métaphores des gens ; et nous le faisons en utilisant le Clean Language (Langage Clean). La troisième est plus subtile. Alors que le facilitateur modélise, notre objectif premier est que le client s'auto-modélise.

La modélisation métaphorique se concentre entièrement sur l'exploration du modèle du monde symbolique du client, de son point de vue, à l'intérieur de son temps et de son espace perceptuel, en utilisant ses termes et ses expressions non-verbales. Au lieu d'un dialogue conventionnel, il se passe ce que Grove appelait un « trialogue » entre le facilitateur, le client et son « paysage métaphorique » – le monde quadri-dimensionnel et psychoactif qui émerge à l'intérieur et autour du client. Le facilitateur met son propre espace perceptuel de côté, de manière à ce qu'un seul paysage métaphorique – celui du client – occupe l'espace physique.

Quatre processus de modélisation fondamentaux

Après avoir étudié des centaines de séances de Clean Language, nous avons conclu que des facilitateurs expérimentés font un usage maximal de quatre processus de modélisation seulement :

Identifier

Montrer, reconnaître ou distinguer ce que quelque chose est ; nommer et donner une identité à quelque chose ; individualiser un élément ou une caractéristique. À chaque niveau, un type différent de quelque chose peut être identifié : un attribut, un symbole, une relation, un pattern, un contexte.

Développer une forme

Élaborer ce qui a été identifié ; identifier suffisamment d'attributs de quelque chose pour que sa nature devienne apparente ; donner vie à une perception symbolique – comme une photo argentique avant l'ère du numérique, se révélait dans son bain de développement.

Établir un rapport dans le temps

Identifier une séquence d'événements (Avant – Pendant – Après) ; identifier des relations temporelles telles que : cause, effet, contingence, pré-condition, provenance et attente.

Établir un rapport à travers l'espace

Identifier des relations entre des choses, des lieux, des perceptions, des cadres, des contextes... qui sont séparés. Les quatre processus de modélisation sont « fondamentaux » parce qu'ils sont très largement applicables. Nous les avons utilisés pour modéliser des ressources, des objectifs désirés, des situations problématiques, des changements, la structure de l'excellence, du conflit, des métaphores d'entreprises, etc. Cette figure montre comment les quatre processus sont en relation les uns avec les autres.

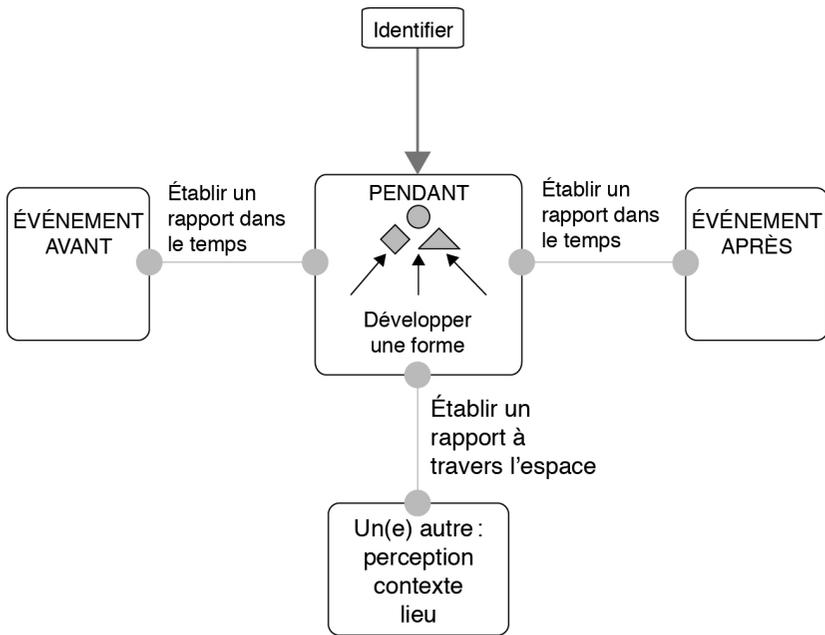


Figure 15.2 – Quatre processus fondamentaux de modélisation

Au début, il peut sembler étrange qu'un processus basé sur la modélisation, où le facilitateur n'a pas pour intention que le client change, produise un développement ou un changement, significatif et durable. C'est là le mystère des systèmes auto-organisés. Lorsque les métaphores du client sont identifiées, développées et explorées, son système fonctionne en auto-apprentissage. Au fur et à mesure que le paysage évolue, il découvre de nouvelles façons de se percevoir lui-même ainsi que le système plus large dont il n'est

qu'une partie. Et au quotidien, pensée, ressenti et comportement correspondants du client changent.

Le Clean Language – les moyens

Les trois fonctions du Clean Language (reconnaître, orienter et envoyer vers une quête) et ses quatre composantes (la syntaxe, les qualités ou caractéristiques vocales, les gestes et les questions clean). Pour être clairs, le Clean Language influence et dirige l'attention – il serait inutile si ce n'était le cas. Cependant, à la différence des autres usages du langage, le Clean Language est « propre » parce qu'il provient du vocabulaire exact du client, il est cohérent avec la logique de ses métaphores et il n'introduit que des métaphores universelles de temps, d'espace, de forme de celui qui perçoit.

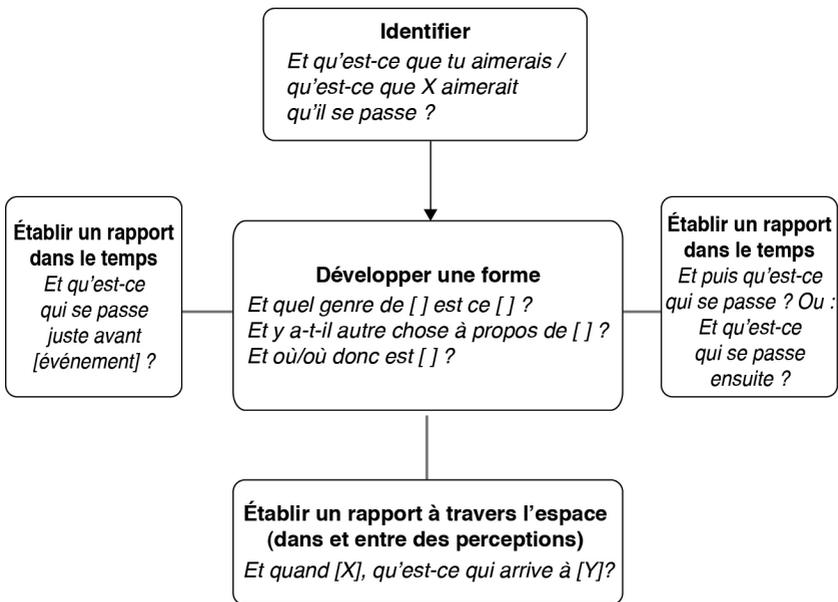


Figure 15.3 – Les huit questions de base au cœur de la modélisation

Huit questions de base forment le cœur vivant de la modélisation métaphorique, parce qu'on les pose si souvent. Au fil des années, nous avons conçu de nombreuses façons d'organiser les questions. Elles sont agencées ci-dessous en fonction des quatre processus

fondamentaux de modélisation. En outre, un certain nombre de questions spécialisées peuvent être utilisées lorsque la logique de la métaphore du client le permet.

COMMENT FONCTIONNE LA MODÉLISATION MÉTAPHORIQUE LITE ?

La modélisation métaphorique est une approche systémique orientée objectif. En faisant de l'objectif désiré du client le centre des quatre processus fondamentaux de modélisation, un simple cadre pour le changement est créé. La figure ci-dessous schématise les six phases et les boucles itératives impliquées (l'itération est un processus qui applique de façon répétitive une règle, un calcul ou une procédure au résultat de l'application précédente de la règle, du calcul ou de la procédure).

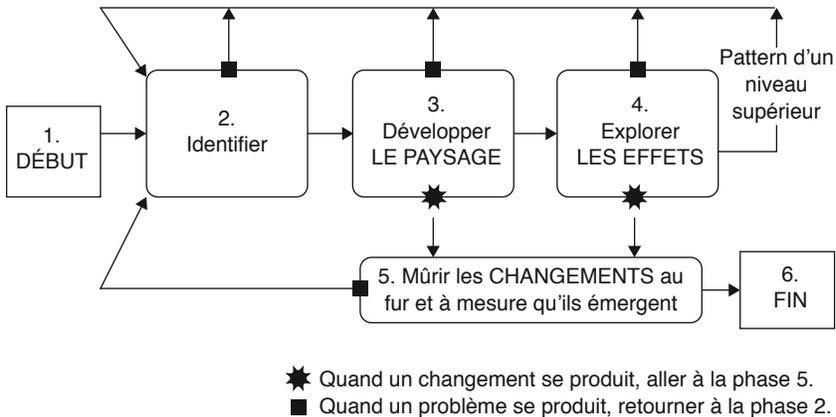


Figure 15.4 – Modélisation métaphorique *lite*

Phase 1 : Début

Le début d'un processus Clean doit, en soi, être Clean. Nous voulons offrir au client une chance d'aligner sa perception interne du monde avec le monde physique extérieur, où la séance se passe. Ainsi, le client décide de sa propre position de départ et de celle du facilitateur :

Le client et le facilitateur sont tous les deux debout :

Et où est-ce que vous aimeriez être ?

Quand le client s'est installé :

Et où est-ce que vous aimeriez que je sois ?

Phase 2 : Identifier un objectif désiré – Le modèle Problème-Remède-Objectif (PRO)

Lorsque le client a arrangé les sièges conformément à ses souhaits, on lui pose la question d'ouverture :

Et qu'est-ce que vous aimeriez qu'il se passe ?

La personne répondra invariablement à cette question de l'une des trois manières suivantes : en formulant un problème ; en proposant un remède ; en énonçant un objectif désiré. Pour faciliter de façon Clean un client à identifier un objectif désiré, nous avons créé le modèle Problème-Remède-Objectif (PRO). Le modèle PRO se déroule en deux étapes. Tout d'abord, nous utilisons le langage précis du client pour déterminer s'il est face à :

Un Problème – une difficulté actuelle qu'il n'aime pas.

Ou

Un Remède – un désir que le problème n'existe pas, qu'il soit réduit ou évité.

Ou

Un Objectif désiré – un désir que quelque chose de nouveau existe.

Lorsque le client répond par un problème ou un remède (qui se réfère également à un problème), l'aspect problématique est reconnu et pris en note pour un usage ultérieur. Dans la seconde phase, nous répondons par une question qui invite le client à déplacer son attention vers un objectif désiré. En fonction de son implication pour penser au problème ou résoudre le problème, le client pourra avoir besoin de repasser par toute la boucle (itération) un certain nombre de fois avant de s'arrêter à un objectif désiré initial. Lorsque le client répond par un objectif désiré, nous posons une question qui maintient son attention sur cet aspect-là de son expérience. La figure ci-dessous montre le modèle PRO à l'œuvre.

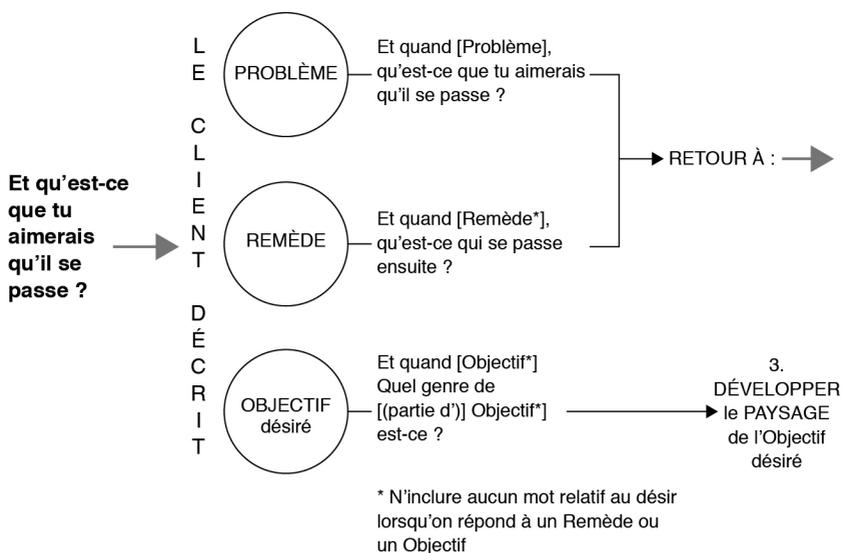


Figure 15.5 – Le modèle Problème-Remède-Objectif

La retranscription suivante montre comment on utilise les huit questions de base pendant les phases de développement, d'exploration et de maturation de la modélisation métaphorique lite. Tous les mots introduits par le facilitateur sont mis en évidence en italiques. Cela permet de voir facilement la syntaxe des questions et de distinguer entre les mots du client et ceux introduits par le facilitateur :

F : *Et qu'est-ce que vous aimeriez qu'il se passe ?*

C : Je me sens comme un poisson hors de l'eau [Problème].

F : *Et quand* un poisson hors de l'eau, *qu'est-ce que vous aimeriez qu'il se passe ?*

C : Je veux arrêter d'étouffer [Remède].

F : *Et arrêter d'étouffer. Et quand* arrêtez d'étouffer, *qu'est-ce qui se passe ensuite ?*

C : Je peux me sentir à l'aise avec moi-même [Objectif désiré].

Étant donné qu'un client peut exprimer un problème, proposer un remède ou un objectif désiré à n'importe quel moment, nous avons continuellement le modèle PRO à l'esprit, de manière à

toujours être vigilants à ce qui retient l'attention du client, et nous sommes ainsi prêts à poser la question pertinente du P, R ou O.

Phase 3 : Développer le paysage de l'objectif désiré

Lorsque le client a identifié un objectif désiré, nous l'aidons à développer cette formulation en un paysage métaphorique incarné, « à rendre les mots physiques », comme le disait Grove. Nous le faisons en posant de manière répétée les trois questions classiques de développement :

F : *Et quand* vous vous sentez à l'aise avec vous-même, *quel genre* de à l'aise *est-ce* cet à l'aise ?

C : C'est confortable.

F : *Et quand* c'est confortable, *où est-ce* confortable ?

C : Dans mon cœur [il touche sa poitrine].

F : *Et où* dans votre cœur ?

C : Exactement au centre.

F : *Et c'est* confortable exactement au centre, dans votre cœur. *Et y a-t-il autre chose à propos de* confortable, là [geste vers la poitrine du client] ?

C : Ça s'écoule.

F : *Et quand* c'est confortable *et que* ça s'écoule, c'est confortable *et* ça s'écoule *comme quoi* ?

C : Comme une rivière.

Les métaphores comprennent un certain nombre de symboles en interaction (dans ce cas, « poisson », « eau », « à l'aise », « cœur », « rivière »). Les symboles existent dans l'espace perceptuel du client, où ils ont un emplacement, et leurs attributs peuvent être décrits. Cela signifie habituellement que le client peut indiquer le symbole et, si on le lui demande, le dessiner, le mimer ou le décrire. Pendant que l'on identifie et localise les symboles, le client mentionne généralement les relations entre eux. Celles-ci peuvent également être développées à l'aide des mêmes questions Clean.

La modélisation métaphorique est entièrement additive. Les questions du facilitateur orientent l'attention du client sur tout ce

qui est pertinent par rapport à son objectif désiré. Développer le paysage d'un objectif désiré n'est pas « un passage obligé ». Nous encourageons les conditions qui permettent au changement d'être la réponse naturelle. En d'autres termes, l'auto-modélisation du client le prépare à un changement.

Phase 4 : Explorer les effets du paysage de l'objectif désiré

Une fois le terrain préparé, les effets de cet objectif réalisé (l'écologie) peuvent être explorés. Nous invitons le client à être attentif aussi bien à ce qui se passe après que son objectif désiré s'est réalisé qu'à la façon dont l'objectif désiré traite les situations problématiques décrites auparavant (c'est pourquoi, en phases 2 et 3, nous avons noté les mots exacts que le client emploie pour parler de ses problèmes) :

F : *Et alors qu'une rivière s'écoule au centre de votre cœur, qu'est-ce qui se passe ensuite ?*

C : C'est ma destinée.

F : *Et quand c'est votre destinée, qu'est-ce qui se passe pour un poisson hors de l'eau ?*

C : Il essaie d'arriver dans la frayère mais il a été figé en plein saut.

En modélisation métaphorique, nous sommes toujours à l'affût de ce qui surprend le client au sujet de son monde intérieur. Plutôt que d'essayer de résoudre un problème ou de faire en sorte que quelque chose se produise, nous restons vigilants à ce qui sort de l'ordinaire, et y portons toute notre attention. Ensuite, nous « suivons le lapin blanc », comme Néo dans le film Matrix. Si un nouveau problème émerge, quelle que soit la phase (dans ce cas, « figé en plein saut »), nous appliquons le modèle PRO et développons le paysage de l'objectif cité :

F : *Et quand il a été figé en plein saut, qu'est-ce que ce poisson aimerait qu'il se passe ?*

C : Retourner dans l'eau, d'où je viens.

F : *Et que se passe-t-il juste avant que poisson retourne dans l'eau, d'où je viens ?*

C : J'ai confiance en moi – on en revient toujours à la confiance.

F : *Et quand* confiance en moi, *où est cette* confiance ?

C : Dans mon cœur, encore une fois.

F : *Et quand* confiance dans mon cœur encore une fois, *qu'est-ce qui se passe pour* rivière qui s'écoule ?

C : Je peux avoir confiance en moi quand la rivière s'écoule.

Nous maintenons le client dans les boucles itératives jusqu'à ce qu'une chose ou l'autre se produise : soit il remarque un pattern, soit un changement se produit. Lorsqu'un pattern est indiqué (dans l'exemple, le client dit : « On en revient toujours à »), nous poursuivons en utilisant désormais les métaphores du pattern dans son ensemble. Ensuite, quand le client fait un changement, il n'est pas simplement en train de résoudre le problème actuel, mais la classe d'expériences dont le problème n'est qu'un exemple. À l'avenir, lorsque la vie le confrontera à une nouvelle situation problématique similaire, il la gèrera différemment.

F : *Et* confiance en moi quand la rivière s'écoule au centre de mon cœur, *et me sentir* à l'aise avec moi-même, *et* ce poisson aimerait retourner dans l'eau d'où je viens, *et* c'est ma destinée... *et qu'est-ce qui se passe ensuite* ?

C : Je réalise que j'ai lutté contre qui je suis. Je dois accepter que c'est une lutte, mais je suis fait pour être dans l'eau. C'est le seul moyen pour moi de remonter le courant.

F : *Et quand* je suis fait pour être dans l'eau, *et* le seul moyen pour moi de remonter le courant, *qu'est-ce qui se passe pour* ce poisson hors de l'eau ?

C : Il accomplit son saut.

Un changement est indiqué par les réalisations multiples du client et parce que le poisson « accomplit » son saut. Dès qu'un changement se produit, nous passons immédiatement à la phase 5 : maturation du changement.

Phase 5 : Mûrir les changements au fur et à mesure qu'ils se produisent

La figure ci-dessous représente une magnifique symétrie ; les quatre mêmes processus utilisés avant qu'un changement ne se produise sont utilisés après qu'un changement s'est produit – mais dans un but différent.

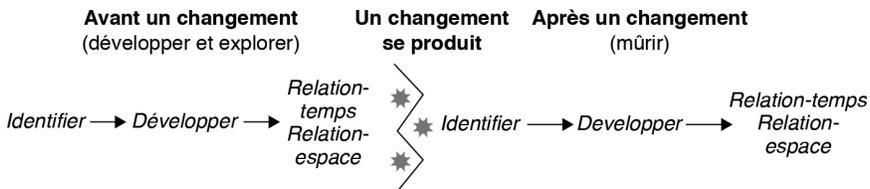


Figure 15.6 – Les quatre processus de modélisation dans le travail de changement

Pendant la phase de maturation, notre but est que le client découvre si le changement fait démarrer une contagion qui crée un nouveau paysage métaphorique ou un paysage métaphorique réorganisé, ou s'il suscite des doutes, des préoccupations ou des peurs. Une réaction problème n'est pas un signe d'échec, bien au contraire. Elle indique que le système du client révèle davantage de sa complexité et reconnaît la "réalité actuelle" – ce qui est vrai pour le client, à ce moment précis. Cela augmente les chances que ce système se réorganise d'une manière qui va plus loin que le soulagement d'un symptôme, qu'un remède. C'est plutôt un changement génératif – un changement robuste, résilient, qui reste actif.

La maturation n'est pas qu'une phase à traverser au plus vite. Nous étions stupéfaits de voir David Grove consacrer jusqu'à un tiers de la séance à ce qui se passe après que le changement eut lieu. Tout comme le paysage de l'objectif désiré a été développé et exploré aux phases 3 et 4, chaque changement est mûri dans la phase 5, en utilisant exactement les mêmes questions :

F : *Et quand il accomplit son saut... qu'est-ce qui se passe ensuite ?*

C : Je peux continuer.

F : *Et quand peux continuer quel genre de continuer est ce continuer ?*

C : Je suis bien dans ma peau.

F : *Et quand* bien dans ma peau, *qu'est-ce qui se passe pour* la rivière qui s'écoule au centre de mon cœur ?

C : Je peux avoir confiance en moi, même quand c'est difficile.

F : *Et ce poisson accomplit ce saut, et suis bien dans ma peau, et cette rivière s'écoule, et confiance en moi, et qu'est-ce qui se passe ensuite ?*

[et ainsi de suite]

Le processus de maturation aide à consolider le paysage qui évolue et donne au client plus d'une occasion de modéliser la façon dont il répond maintenant aux problèmes antérieurs (« étouffer », « figé », « lutter contre qui je suis »), et de découvrir : qu'est-ce qui se passe ensuite ?

Phase 6 : fin

Nous savons que le processus est terminé quand :

- Les changements parviennent naturellement à leur conclusion ou à leur « dernière demeure »
- La logique du nouveau paysage est complète cohérente et stable
- Toutes les situations problématiques peuvent être traitées et aucun nouveau problème n'a émergé
- Le client répond « non » à la question : *Et y a-t-il autre chose dont vous avez besoin maintenant en lien avec* [la formulation originale de son objectif désiré] ?

S'il reste peu de temps limité dans la séance, nous invitons le client à poursuivre le processus entre les séances en dessinant son paysage métaphorique et en disant : *Et continuez d'apprendre à propos de* [listez ses métaphores-clés]. *Et découvrez ce qui se passe après cette séance.* Pour terminer, nous demandons quelque chose comme : *Et est-ce ok d'en rester là ?*

Utilisation de la modélisation métaphorique : mise en garde

Le Clean Language est intrinsèquement « centré sur le rapport, indulgent et robuste » tant que l'on reste Clean et connecté à l'objectif désiré du client. Même dans ce cas, nous vous recommandons de ne l'utiliser que dans votre domaine de compétence. Si vous êtes coach, utilisez-le en coaching, et non avec quelqu'un qui présente de graves troubles psychiques.

Si le client se trouve en difficulté, la première chose dont il faut se souvenir est que la plupart des gens vivent avec leurs patterns problématiques depuis des années, et même si le pattern est douloureux, ils savent comment le gérer. De nombreux facilitateurs interviennent trop tôt et perturbent le processus du client. Votre première réaction devrait être de rester à l'intérieur de la métaphore et d'en faire le moins possible. Dans le cas – rare – où le client ne passe pas naturellement à un état différent, vous pouvez poser des questions Clean pour l'inviter à prêter attention à un symbole ressource, à son objectif désiré ou à une méta-perspective. Si c'est vous qui vous sentez coincé, il est important de ne pas confondre votre état avec celui de votre client. Il est fréquent qu'un facilitateur débutant nous dise que son client était coincé alors que c'était lui qui l'était, et non le client. Si vous ne savez pas quoi faire (et cela arrivera, ça fait partie de la modélisation « du bas vers le haut » (bottom-up)), mieux vaut laisser le client donner la direction suivante. Vous pouvez :

- Simplement attendre
- Demander : *Et y a-t-il autre chose ?*
- Demander : *Et qu'est-ce que vous aimeriez qu'il se passe, maintenant ?*
- Revenir à la formulation exacte de son objectif désiré, et poser une question sur cet objectif
- L'inviter à dessiner ses métaphores.

CONCLUSION

Même après avoir facilité des gens pendant quinze ans avec la modélisation métaphorique, nous sommes toujours impressionnés par les moyens inattendus et créatifs que les gens trouvent pour changer par eux-mêmes. Une cliente a non seulement trouvé que son anxiété était comme des papillons dans l'estomac, mais qu'un papillon particulier devait ouvrir les ailes et sortir par la bouche, mais qu'il ne le pouvait pas. Vous pouvez probablement penser à plusieurs façons d'aider ce papillon, mais nous doutons que vous puissiez trouver ce qui a fonctionné pour cette cliente-là : tous les autres papillons devaient se mettre en ligne et au signal « départ », ils devaient battre des ailes à l'unisson pour créer un courant d'air ascendant suffisamment fort pour propulser ce papillon particulier vers le haut, de manière à ce qu'il sorte par la bouche !

Une approche Clean développe le contexte favorable à un changement organique, adéquat, écologique auto-généré par le système du client. D'après nos observations, seul le facilitateur expert à se dégager du chemin métaphorique du client encourage le développement de ces conditions favorables et non le super magicien.

Mots clés

Ecologie : Processus par lequel sont pris en considération les effets d'un changement dans un certain nombre de contextes à venir pour soi, les autres et plus largement le système.

Emergence : Processus par lequel émanent des modèles et autres régularités, grâce aux interactions entre des entités plus simples qui elles-mêmes ne présentent pas de telles propriétés.

Incarnation : Processus par lequel des qualités et des concepts abstraits prennent une forme tangible, c'est-à-dire matérialisée.

Modélisation : Processus par lequel un observateur, le modélisateur, rassemble de l'information sur l'activité d'un système dans le but d'en construire une description généralisée (un modèle) de la façon dont le système fonctionne. Le modèle peut dès lors être utilisé par le modélisateur et par d'autres pour éclairer des décisions et des actions.



☞ **Psychoactivité** : se produit lorsqu'une personne réagit à ses propres perceptions et qu'ainsi ses pensées, émotions et sensations corporelles prennent une importance symbolique.

Auto modélisation : se produit lorsqu'une personne ou un groupe découvre par l'introspection comment ses perceptions (symboliques) sont organisées.

Auto organisation : existe lorsqu'un système se maintient par ses processus internes sans l'aide d'un contrôle extérieur et peut s'adapter à son environnement sans être déterminé par celui – ci.

À noter les termes suivants ne sont pas inclus ci-dessus puisqu'ils sont définis dans le texte : autogène, Clean, Clean Language, Itération, Métaphore.

BIBLIOGRAPHIE

- James Lawley and Penny Tompkins, *Des métaphores dans la tête : Transformation par la Modélisation Symbolique et le Clean Language*, Dunod-InterEditions, 2006.
L'ouvrage original et exhaustif de la Modélisation Symbolique et du Clean Language de David Grove.
- Marian Way, *Clean Approaches for Coaches : How to create conditions for change using Clean Language and Symbolic Modelling*, Clean Publishing, 2013.
Une introduction pour les coachs et autres facilitateurs vivement recommandée. Superbement présenté, illustré de nombreux exemples et explications pédagogiques.
- Lynne Cooper and Mariette Castellino, *The Five-Minute Coach : Improve performance – rapidly*, Crown House, 2012.
Un guide pas à pas d'une version simplifiée et cependant efficace de la Modélisation Symbolique et du Clean Language pour coachs, managers et superviseurs.
- Caitlin Walker, *From Contempt To Curiosity : Creating the Conditions for Groups to Collaborate using Clean Language and Systemic Modelling*, 2014.
Le premier ouvrage sur la mise en œuvre de l'approche Clean en groupe et dans un changement d'organisation.
- Wendy Sullivan and Judy Rees, *Clean Language : Revealing Metaphors and Opening Minds*, Crown House, 2008.
Une excellente introduction à l'utilisation du Clean Language et de la métaphore dans le quotidien des affaires, de la formation, de la santé et pratiquement tous les autres secteurs.
- Philip Harland, *Trust Me I'm the Patient : Clean Language, Metaphor, and the New Psychology of Change*, Wayfinder Press, 2012.
S'adresse à des psychothérapeutes, cet ouvrage remonte à la philosophie d'une approche Clean pour le changement personnel.
- James Geary, *I is an Other : The Secret Life of Metaphor and How It Shapes the Way We See the World*, HarperCollins., 2011.

L'une des meilleures introductions à l'ubiquité des métaphores et des raisons qui font qu'elles sont si importantes pour chacun de nous.

Et sur le site internet cleanlanguage.co.uk, vous trouverez 200 articles sur la Modélisation Métaphorique, le Clean Language, le travail de David Grove et la PNL

CLEAN SPACE

POUR COMMENCER

- Le Facilitateur dispose de 6 post-it, d'un crayon et dit :
- Écrivez ou dessinez votre objectif désiré ou un point d'intérêt.
 - Placez cela [indiquant d'un geste l'affirmation/le dessin] où il a besoin d'être.
- Le Client place le papier.
- Placez-vous où vous êtes maintenant en relation avec [indiquant d'un geste l'affirmation/le dessin].
- Le Client va dans l'Espace 1.

PUIS

SAVOIR À PARTIR D'UN NOUVEL ESPACE

- Et qu'est-ce que vous savez à partir de là ?
 - Et y a-t-il autre chose que vous savez à partir de là à propos de [indiquant l'affirmation/le dessin] ?
 - Et comment pourrait s'appeler cet espace ?
- [le client écrit le nom de l'espace et place le post-it]

LOCALISER UN NOUVEL ESPACE

- Et trouvez un autre espace
- Le Client va dans un nouvel espace.

RÉPÉTEZ JUSQU'À CE QUE LES ESPACES 2-6 SOIENT LOCALISÉS
PUIS

RETOUR À UN ESPACE EXISTANT

- Et retournez à [indiquant l'un des espaces marqués]
- Le Client va dans cet espace.

SAVOIR À PARTIR D'UN ESPACE EXISTANT

- Et maintenant qu'est-ce que vous savez à partir de là ?
 - Et y a-t-il autre chose que vous savez à partir de là à propos de [indiquant l'un ou l'autre des espaces marqués] ?
- Répétez cette question pour plusieurs autres espaces.
- Et y a-t-il autre chose que vous savez maintenant à partir de là ?

RÉPÉTEZ JUSQU'À CE QUE LES ESPACES 2-6 SOIENT REVISITÉS
(dans n'importe quel ordre)
PUIS

POUR TERMINER

- Et retournez dans [indiquant l'Espace 1].
- Le Client va dans l'Espace 1.
- Après tout cela [balayant l'ensemble d'un geste], qu'est-ce que vous savez à partir de là maintenant ?
 - Quelle différence cela fait-il de savoir ceci ?
 - Quand vous serez prêt, rassemblez votre papier et les post-it.

BONUS

GUIDE POUR FACILITER LE « CLEAN SPACE LITE »

Votre But...

... est de faciliter le processus, de façon à ce que le client expérimente l'émergence d'un réseau d'espaces (plutôt que de développer l'information contenue dans chaque espace).

La théorie...

... se base sur le principe qu'en spatialisant physiquement le contenu de notre esprit, nous pouvons en faire le tour et l'examiner d'une nouvelle façon. Le réseau contient l'information et produit des effets systémiques inattendus. Il en résulte des perspectives, des lumières et des motivations différentes – sans le besoin d'aucune autre intervention de la part du facilitateur.

Le modèle général

- Le client commence par représenter le sujet qu'il choisit d'explorer lors de l'activité, sous forme de mots ou d'un dessin.
- Le client place sa représentation, puis se place en relation à celle-ci. Le client est désormais dans « Espace 1 ».
- Le client est facilité par les procédures Savoir à partir d'un Nouvel Espace et Localiser un Nouvel Espace afin d'établir 5 espaces supplémentaires (soit 6 au total).
- Puis en utilisant la procédure Retour à un Espace Existant, les interconnexions entre les espaces sont explorées.
- Le client termine le processus en retournant dans Espace 1. C'est sa « position de contrôle » à partir de laquelle il peut remarquer tout changement intervenu au cours du processus.

Maintenir le processus en mouvement

Passez un temps bref dans chaque espace, surtout lors des premières étapes jusqu'à ce que le réseau soit établi, posez un maximum de 3 questions par espace.

Dirigez chaque question...

...vers un espace particulier et ayez des regards et des gestes congruents avec la localisation des espaces du client. Maintenez le contact visuel avec l'espace qui est votre co-facilitateur et dirigez votre question vers le réseau et non vers le client.

Faites le minimum d'interventions

- Souvenez-vous que vous facilitez le client à s'auto-modéliser. Le changement résulte de l'auto-réorganisation du système du client – et non de vos interventions.
- Inutile d'utiliser les mots du client dans vos questions et instructions. Vous pouvez utiliser des gestes à la place pour faire référence aux espaces.
- N'ajoutez aucun mot de votre cru et surtout aucun commentaire d'aucune sorte sur ce qui se passe ou vient de se passer.
- Ne posez qu'une question à la fois, puis attendez que le client ait terminé de parler et de dérouler le processus.
- N'empêchez pas le client de faire tout ce qui lui plaira – incorporez le simplement de votre mieux dans le processus.
- Plus le réseau devient psychoactif plus il sera votre co-facilitateur et moins vous aurez à faire.

Ressources

- Modeling Human Perception through Emergence: cleanlanguage.co.uk/articles/articles/24/.

Articles sur le site internet traitant de la modélisation de la perception humaine.

- Clean Space Revisited: cleanlanguage.co.uk/articles/articles/255.

Article sur l'Espace Clean.