



Lettre du Solstice N°12

Semestrielle
Décembre 2015

Copyright Passages & Co

Dans l'air du temps >>> *Le recadrage, il en restera toujours quelque chose !*

Recadrage : tout ce qui modifie pour un patient ou une famille son modèle de représentation de la réalité, en termes de pensée, de comportements et d'affects. (Définition issue du Dictionnaire clinique des thérapies familiales systémiques, ESF, Paris, 1988.)

Le recadrage : qu'est-ce que c'est ?

Le terme de *recadrage* est bien connu des coaches, y compris ceux qui ne sont pas systémiciens. Mais que signifie-t-il, pour les non-initiés ? Pour simplifier à outrance, on pourrait dire que le recadrage, comme en photographie, consiste en un déplacement qui fait entrer dans le champ visuel des éléments nouveaux, de sorte que la scène prend un sens différent.

Dans les dispositifs d'accompagnement, le processus de recadrage est fondamental. En effet, un coaching réussi a presque toujours permis au client de faire évoluer ses représentations du problème, et de porter un regard nouveau sur sa situation. Cette évolution peut se faire graduellement, dans la durée, mais aussi s'opérer à un moment très précis, que le coach comme le client peuvent dater. Le plus fréquemment, cela résulte d'une intervention pertinente du coach.

Comment ça fonctionne ?

Certains considèrent que c'est au coach d'opérer le recadrage et préconisent donc des reformulations recadrantes. Mais selon moi, cette intervention du coach prend le plus souvent la forme d'une question.

Il est bien sûr très difficile de décrire de façon générale ce qu'est une « bonne » question, car il n'y a que des cas et des moments singuliers.

Toutefois, on peut avancer quelques caractéristiques en matière de structure :

- La question est spécifique, sur-mesure,
- Elle est ouverte et neutre, elle n'induit pas une réponse,
- Elle conduit le client à envisager un lien entre des faits ou des éléments qu'il n'avait jamais considéré auparavant,
- Elle le place de ce fait dans un vide/une zone blanche caractérisée par l'absence de réponse automatique sur ce sujet, à ce moment. Elle le pousse donc à élaborer une réponse et non à la répliquer.



A quel moment ?

Autre caractéristique de la bonne question qui va produire un effet de recadrage : elle est opportune. C'est-à-dire qu'elle est formulée à point nommé, à ce moment furtif et fugitif où le client s'avère assez ouvert et confiant pour l'accueillir et se déplacer avec elle... Elle répond donc à une logique de *kairos*...

De fait, le client n'est pas toujours prêt à un recadrage. A certains moments, il est encore trop attaché à sa situation pour envisager d'y renoncer (certains parlent même d'identification au problème, voire à la douleur qui lui est inhérente). Par conséquent, une intervention visant un recadrage pourrait le heurter et le conduire à une réaction de fermeture, de refus, voire de rejet...

Quand le problème ou les freins ont été bien *externalisés*, le client peut se prêter en toute tranquillité, voire avec une once d'excitation, au jeu du recadrage : car c'est à une exploration intime qu'il l'invite en dégagant en lui cette zone inconnue. Il produit donc un double effet de sidération, puis de stimulation.

Suite en page 2

Quel impact ?

D'un point de vue clinique, le coach observe chez le client deux indicateurs très nets : le temps de silence avant la réponse et le renversement du regard (vers le haut et vers le « dedans »), signes que le client se branche sur son monde intérieur, pour explorer et rassembler les éléments qui lui permettront de construire sa réponse, dans l'ici et maintenant... D'oser la formuler...

Du côté du coach, le recadrage peut aussi renouveler l'intérêt en donnant à la parole du client une teinte et un ton neufs, là où pouvait se développer un discours en boucle, connu pour avoir été déjà moult fois repris tel quel, donc dévitalisé et presque ennuyeux par son caractère répétitif...

L'éthique du recadrage

Dans ma pratique de « executive-coach », accompagnant des dirigeants et managers de grandes organisations, je veille à ce que les recadrages ne soient pas violents pour le client. En effet, changer de représentation du monde ou d'une situation est un véritable choc. Du doute surgit, là où préexistait une belle certitude. Le client se trouve (dé)placé dans une situation (passagère) de relative fragilité. Une certaine douceur me paraît donc de mise pour accompagner

cette traversée. Les organisations et, plus largement, notre société, sont suffisamment violentes. Il serait choquant que le coach en rajoute...

Enfin, en ces temps troublés, se rendre compte qu'il existe de l'inconnu/du non-su en soi est important, voire nécessaire. Il incombe à chacun de nous de s'ouvrir à cette part d'altérité qui gît au plus profond de nous-mêmes. C-G. Jung l'appelait l' « Ombre ». Et il soulignait que s'y trouvent autant d'éléments positifs que négatifs. Leur opposition crée une dynamique ; l'énergie du changement, en somme. Le coaching contribue à y accéder.

Les clients qui s'engagent dans un coaching ne savent pas toujours qu'il s'agit de mener ce travail... Ils le découvrent chemin faisant... pour le continuer. Et c'est bien ainsi.

Valérie PASCAL



Déliez vos nœuds ; tissez vos liens

Directrice : Valérie PASCAL
Accréditée Titulaire par
la Société Française de Coaching

Siège social :
30, avenue du Gnl De Gaulle
78110 LE VESINET

Bureau de coaching :
43, rue Beaubourg.
75003 PARIS

Téléphone : 06 85 52 54 92
Courriel :
vpascal@passages-co.com

www.passages-co.com

Belles fêtes
de fin d'année
à vous!