



Coaching et acquisitions cognitives. Le 10 janvier 2009

Par Jean-Pierre Bekier coach PCC. jpb@axecoaching.com.

Ces derniers temps je me suis consacré à l'étude des théories cognitives. Entre autre à la perception de la réalité et son traitement de l'information appelé par Aaron Beck schéma. J'ai pu dans mes interventions en coaching souvent constater combien cette « causalité contributive » est source de bien des difficultés dans notre vie. Ces schémas cognitifs peuvent avoir comme conséquence des pensées automatiques négatives, des ruminations, des images mentales catastrophiques et des comportements obsessionnels se traduisant souvent par un besoin d'hyper contrôle. Voici une partie du fruit de mes recherches et quelques trucs pour intervenir en coaching.

Le processus de traitement suite à l'acquisition d'information chez l'être humain est complexe, et automatique. Inutile de vous dire combien la qualité du résultat de ce traitement est fondamental sur : le jugement de l'individu, sur sa perception du monde extérieur, son avenir, et sa faculté à résoudre les difficultés auxquelles il est confronté dans ses expériences quotidiennes. Un des processus de ce traitement est « l'inférence cognitive », c'est-à-dire une opération intellectuelle, où l'information est interprétée à partir de déductions logiques, de liens en rapport d'informations recueillies de nos expériences passées et plusieurs de nos vérités. Cette inférence cognitive est unique et propre à chaque individu, et constitue le cadre référentiel de l'individu dans une situation donnée. Ces inférences peuvent comporter des erreurs logiques appelées distorsions cognitives, dans la perception de la situation ou la perception que l'individu a de lui-même. Régulièrement par son accompagnement le coach permet à l'individu de corriger un grand nombre de ses distorsions cognitives et ainsi modifier le cadre référentiel du client. Voilà comment un coach peut-il identifier ces distorsions et comment il peut intervenir avec ses clients au niveau du questionnement. La première des règles est de créer un espace de croissance sécuritaire dans lequel le client pourra lui-même réaliser ses propres apprentissages.

Voici-ci les différents types d'erreurs logiques selon la théorie de BECK 1979.

L'inférence arbitraire : C'est l'erreur la plus fréquente : Votre client tire des conclusions sans aucune preuve. « Il ne m'aime pas, c'est pour cela que je n'ai pas eu le poste »

Questions du coach : Sur quoi te bases-tu pour affirmer cela ? Comment le sais-tu ? Comment as-tu déduit ces conclusions ? Quelles sont les conséquences à ces conclusions ? Considérant que toutes les vérités sont, dans l'univers quelles autres conclusions pourrais-tu déduire ?

L'abstraction sélective : Votre client se centre plus sur un détail et ne perçoit pas la signification globale de la situation. « Nous ne sommes pas assez proche c'est pour cela que ça ne fonctionne pas »

Questions du coach : Quelle est la signification globale de la situation ? Quels sont les éléments que tu identifies dans cette situation ? Quels autres éléments peux-tu identifier ? Qu'est ce qui est important pour toi dans cet élément ? Et alors ? Qu'est ce que tu ne veux pas voir ?

La généralisation : Votre client applique à toutes les situations possibles les éléments d'une situation isolée. Toujours, tout le temps, chaque fois, jamais etc. « C'est toujours pareil »

Questions du coach : Et la nuit comment cela se passe-t-il ? N'y a-t-il pas une fois ou cela n'est-il pas arrivé ? Vous obtenez toujours le même résultat que comptez-vous faire ? Qu'est ce que vous voudriez à la place ? Feedback « Vous faites preuve de persévérance » ou « C'est l'exception qui confirme la règle »

Majoration ou minoration : Votre client attribue une plus grande valeur à ses échecs et événements négatifs et dévalorise ses réussites et situations positives.

Questions du coach : Quels apprentissages as-tu réalisés de cette situation ? Quel est le résultat que tu veux obtenir ? Quelles sont tes alternatives ? Je constate que ton potentiel est supérieur à ce que tu pensais quel est ton objectif maintenant ? Qu'est ce qui est important pour toi dans cet échec ?

La personnalisation : Votre client surestime ses relations ou responsabilités avec les événements négatifs et défavorables. « C'est par ma faute que nous avons échoué »

Questions du coach : « Je constate que tu as le sens des responsabilités » ou « Je remarque que c'est important » (Feedback) Quelles sont tes responsabilités dans cette situation ? Combien de fois dans ta vie cela t'est-il arrivé ? Que vas-tu faire ? En quoi cela est-il si important ? Comment cela se passe-t-il d'habitude ?

La pensée absolue, dichotomique : Votre client s'enferme dans une alternative du tout ou rien sans modulation possible entre les extrêmes. Noir ou blanc tout ou rien.

Questions du coach : Que penses-tu de la situation ? Quelles autres alternatives as-tu ? Donne-moi 5 autres alternatives ? Quand tu prends une décision comment fais-tu ? « Je sais que tu peux être plus créatif que cela ». (Feedback) Et quoi d'autres... quoi d'autres ? Qu'est ce qui t'empêche de trouver d'autres alternatives ?

Le coach permettra ainsi à son coaché l'identification de ses associations et pensées automatiques. Il lui permettra une vision plus juste de la situation, de son environnement, ou encore de ses comportements limitant.