



# Tremper son gros orteil dans l'ACT

Colette Charpentier, c.o.

Traduit et adapté plus que librement de « *Dipping your toes into ACT* » de Russ Harris

## Tremper son gros orteil dans l'ACT – 11

### Apprivoiser les valeurs – Qui ou quoi est important.

#### QUATRE QUESTIONS PUISSANTES POUR IDENTIFIER CE QUI EST IMPORTANT

Les prochains textes aborderont des moyens d'apprivoiser « ce qui est important pour moi ». Dans celui d'aujourd'hui, nous voyons quatre types de questions particulièrement utiles pour débiter l'exploration de ce sujet. Comme toujours, vous pouvez les utiliser et les modifier comme bon vous semble.



#### Quel type de personne voulez-vous être ?

Je parlais récemment à Ruth et John Rudge, un couple de psychologues qui utilisent avec succès l'ACT avec les populations indigènes des îles de la côte de Darwin en Australie. Ces communautés ont été décimées par des décennies de traumatismes et de dépendances. Je demandais aux Rudge comment ils avaient procédé pour clarifier ce qui était important pour ces autochtones, m'attendant à entendre qu'ils avaient fait appel à une méthodologie ingénieuse spécifique à la culture autochtone. J'ai donc été heureusement surpris d'entendre ceci : « *Nous leur avons demandé : quel type de père voulez-vous être ?* » C'est en effet une façon simple d'identifier ce qui revêt de l'importance pour une personne.

Voici d'autres versions de cette question :

« Imaginez que par magie rien ne puisse vous empêcher d'agir comme la personne que vous voulez être :

- Quel type d'étudiant / professeur aimerais-tu être ?
- Quel type d'employeur / collègue / patron / gestionnaire aimerais-tu être ?
- Quel type de mère / père / fille aimerais-tu être ?
- Quel type d'ami / coéquipier aimeriez-vous être ?
- Quel type de conjoint / partenaire aimerais-tu être ?
- Quel type d'artiste / musicien / écrivain / sportif aimerais-tu être ? »

*Nota* : La formule « *Imagine que par magie* » est un prélude important à toutes ces questions. Autrement, le client peut facilement mordre à une pensée telle que : « *C'est impossible, je ne pourrai jamais être ce type de personne* ».



#### Comment aimeriez-vous vous comporter avec... ?

Une façon de décrire une valeur ou « ce qui est important » est de parler de la façon dont le client aimerait idéalement traiter toute personne ou toute chose avec lesquelles il interagit. Les comportements qu'il aimerait adopter. Donc des questions utiles que vous pouvez facilement ajouter à la liste précédente sont :

« Imaginez que par magie, rien ne puisse vous empêcher de vous comporter comme la **personne que vous désirez vraiment être**, alors comment aimeriez-vous vous **comporter** avec :



- ton collègue / professeur / client ?
- tes enfants / parents / votre partenaire ?
- tes amis / voisins / la communauté ?
- ton chat / chien / maison / la planète ?
- toi-même quand tu souffres ?

Comment aimeriez-vous **agir** :



- pour prendre soin de toi ?
- en ce qui a trait à ta religion / spiritualité ?
- relativement à ton travail / carrière / tes études ?
- en ce qui a trait à tes loisirs / aspirations artistiques ? »

### QUESTION 3

#### Quelles sont les qualités de ... ?

Lorsqu'on pose des questions relatives à « qui ou quoi est important », on obtient souvent des réponses telles : « *Je veux être un bon collègue* » ou « *Je veux être un bon copain* » ou « *Je veux être le meilleur joueur que je peux être* ». On peut qualifier ces réponses de « tremplin » car elles vous amènent sur le bon chemin. Voici donc une question utile pour poursuivre et amener votre client plus loin dans sa réflexion.

- Quelles sont les qualités d'un bon étudiant / employé / coéquipier / gestionnaire ?
- Quelles sont les qualités d'un bon père / mère / frère / sœur / ami / athlète / ingénieur / comptable / professeur ?

### QUESTION 4

#### La question *magique* de la rencontre.

Cette question peut être posée pour mettre de l'emphase sur un ou des éléments de réponse, le cerner ou le démêler. Particulièrement utile si un client répond : « *Je l'ignore* », ou qu'il hausse les épaules, qu'il a l'air embêté par les questions précédentes. Elle est en deux parties. Demandez d'abord le nom d'un ami (collègue, enfant, etc.). Une fois qu'il a répondu, poursuivez avec :

*« Imaginez qu'avec une baguette magique, pendant les 10 prochaines années, tu agis comme la personne que tu veux vraiment être avec ton ami Mathieu (collègue, etc.). Rien ne peut t'arrêter; aucune pensée, émotion, aucun événement de la vie. Et dans 10 ans, j'interviewe Mathieu, en direct à Radio-Canada, devant un auditoire de milliers de personnes. Et je lui demande :*

- *Quel type d'ami (collègue, etc.) Mathieu est-il ? Comment se comporte-t-il avec vous ?*
- *Quelles sont ses 3 ou 4 principales qualités ? »*

#### **Pratiquer, pratiquer, pratiquer**

Toutes ces questions permettent d'identifier, avec votre client, ce qui apparaîtra dans le quadrant inférieur droit de sa matrice. Il est peu probable que vous les appreniez toutes et que vous vous en souveniez simplement en lisant ce texte. Je vous suggère fortement de pratiquer à haute voix, pour vous, devant un miroir ou enregistrez-les, ou posez-les à votre chien, à votre chat, à votre plante verte préférée ! Et quand vous les connaîtrez par cœur, posez-les à vos clients – et observez, avec curiosité et ouverture ce qui arrivera.

© Russ Harris, 2013