

1

[illegible]

Menu des 2 jours



gip
Généraliste
Interdisciplinaire
Polyvalent

- Jour 1 – Le recadrage & le langage métaphorique
 - Le recadrage – figures linguistiques
 - Le langage métaphorique
 - Les outils métaphoriques
 - Exercices
- Jour 2 – L'art de la métaphore & la puissance des histoires
 - Les métaphores – définition, structure, stratégie communicationnelle
 - Démonstration
 - Exercices

2

Brainstorming



Qu'est-ce qu'un recadrage ?

3

Le recadrage

Le recadrage est une modification du point de vue, de la perception ou du format.

• Modifier la composition d'une image en en supprimant des parties

• Redéfinir un comportement ou une situation en changeant les mots utilisés

• Ajuster l'orientation d'un projet ou d'une action.



C'est un outil utilisé dans de nombreux domaines, comme en psychologie, en management ou en photographie.

4

Les Fondements : L'École de Palo Alto

“

Recadrer, c'est modifier le contexte conceptuel et/ou émotionnel d'une situation, pour lui donner un autre sens.”

— Paul Watzlawick

Changer le sens, pas les faits

• Réalité de 1er ordre : Les faits objectifs, observables (ex: "Il pleut").

• Réalité de 2nd ordre : Le sens que l'on donne aux faits (ex: "C'est triste" vs "C'est bon pour le jardin").

5

Les Fondements : La PNL

Richard Bandler et John Grinder (PNL) distinguent deux manières principales de changer le cadre d'une expérience.

Recadrage de Sens

Donner une autre signification à un même comportement ou événement. On change l'étiquette que l'on pose sur la réalité.

Exemple :

"Mon patron est un tyran obsessionnel."

→ "Il semble avoir un souci extrême de la perfection et de la qualité."

Recadrage de Contexte

Trouver un contexte où ce comportement (perçu comme négatif) deviendrait une ressource précieuse ou une qualité.

Exemple :

"Je suis trop têtu."

→ "C'est une qualité indispensable si, vous deviez défendre une cause difficile face à l'adversité"

6

Olga Belo-Marques

2

L'Intention Positive



CHANGEMENT D'INTENTION POSITIVE

Pour recadrer efficacement, il faut dissocier le comportement de l'intention qui le motive.

Le Préréquis Fondamental

"Tout comportement a une intention positive pour celui qui le produit, au moment où il le produit."

Comportement (Problème)
Processus pour un projet important

→

Intention (Ressource)
Éviter l'échec, se protéger du stress, besoin de perfection.



Le recadrage consiste à satisfaire cette intention positive par un nouveau comportement plus adapté.

CIP® - Centre pour la formation et l'innovation psychoneurologiques

18

7

[illegible]

Questions Puissantes de Recadrage

Si cette difficulté était un entraînement secret conçu pour vous faire grandir, quelle compétence seriez-vous en train de développer ?



8

[illegible]

Le Recadrage - 6 techniques linguistiques

Changer le cadre de référence transforme l'expérience sans changer les faits

01 Recadrage de Sens

Transformer la signification d'un comportement ou d'un événement.

Ex: "Sensible" → "Capacité à capter les signaux faibles"

02 Recadrage de Contexte

Trouver un contexte où ce comportement devient une ressource.

Ex: "Autoritaire" → "Leader précieux en situation d'urgence"

03 Recadrage de Priorité

Réorganiser la hiérarchie des valeurs pour changer la perception.

Ex: "Privilégier l'apprentissage sur la réussite immédiate"

04 Recadrage par Taille

Changer l'échelle de temps ou d'espace (Zoom In/Out).

Ex: "Dans 5 ans, quelle importance cela aura-t-il ?"

05 Recadrage par Reflet

Questionner les croyances implicites derrière une affirmation.

Ex: "Qu'est-ce que cela dit de vos attentes ?"

06 Recadrage "Comme Si"

Projeter le client dans un état ressource fictif mais actif.

Ex: "Si vous aviez déjà confiance, que feriez-vous ?"

9

[illegible]

Exercice


SENSE ET EFFICACITÉ

Les recadrages linguistiques :

Sujet : *J'ai un problème ...*

Coach : Reformule et ajoute un recadrage

Et en même temps

En t'écoutant, je me dis que ...

C'est comme ... ?


10 min


4 groupes X3 personnes

10

L'art du langage métaphorique


SENSE ET EFFICACITÉ




11

Brainstorming


SENSE ET EFFICACITÉ



Qu'est-ce qu'une métaphore ?

12

La métaphore 

La **métaphore**, du latin *metaphora*, lui-même issu du grec ancien μεταφορά / *metaphorá* qui signifie « transport du sens propre au sens figuré, métaphore ».

La métaphore est une figure de style fondée sur l'analogie, elle se décline en plusieurs formats et supports.

La métaphore fait partie entièrement de notre expression verbale et corporelle.



 CIP - Centre pour la formation et l'intervention psychosociales ASBL
Avenue Grillefont 133 - 1200 Bruxelles - ☎ 02 776 50 46 - ✉ contact@cip.be - www.cip.be

13

Les supports métaphoriques 

Il y a mille manières d'utiliser le langage métaphorique :

- Les figures linguistiques
- Le langage corporel
- Les objets / images



14

Exercice 

- Les figures linguistiques
- Le langage corporel
- Les objets / images



10 min



3 groupes X4 personnes

15

Les Fondements : Lakoff et Johnson

“Notre système conceptuel ordinaire, qui nous sert à penser et à agir, est de nature fondamentalement métaphorique.”
— George Lakoff & Mark Johnson (1980)

LE TEMPS, C'EST DE L'ARGENT
On en gagne, on en perd, on en dépense, on l'investit, on le gaspille...

LA DISCUSSION, C'EST LA GUERRE
On attaque ses points, on défend sa position, on gagne l'argument, on détruit ses idées...

L'AMOUR EST UN VOYAGE
On fait un bout de chemin ensemble, on est à la croisée des chemins, la relation est dans une impasse...

16

Formes linguistiques et littéraires de la métaphore

Les images	Représentations mentales qui donnent une forme plutôt visuelle à un récit ou un message. Ex : voir au-delà de l'horizon ; avoir un appétit d'ogre ; vivre comme un oiseau en pleine liberté.
Les comparaisons	Images qui contiennent en elles des éléments de comparaison. Ex : Filer comme une flèche, être sage comme une image, être blanc comme neige
Les proverbes (dictons, maximes, sentences)	Court énoncé exprimant un conseil, une vérité de bon sens ou une pensée morale issue de la sagesse populaire. Ex : Il n'y a que les imbéciles qui ne changent pas d'avis, l'enfer est pavé de bonnes intentions, on ne vit qu'une fois.
Les anecdotes et les citations	Phrases qui illustrent pertinemment un propos, empruntées à d'autres. Ex : Comme aurait dit De Gaulle « il n'y a que les arrivistes pour arriver » ou encore, cela me fait pensé à ce que disait Georges Pompidou « Il ne suffit pas d'être un grand homme, il faut l'être au bon moment »
Les mythes, les contes, les fables	Récits fondateurs d'une culture et qui sont racontés au travers le temps maintenant ainsi une fonction de repère socio-culturel. Souvent ils sont racontés de manière anonyme et collective

17

D'autres supports et langages métaphoriques

Le langage corporel : les gestes

18

D'autres supports et langages métaphoriques



Les objets et les images

19

Exercice

Chauffer le "muscle métaphorique" par l'association libre et utilisation des objets métaphorique .

Étape 1 : 10 minutes
"Je me dis que ..."
Définir librement le défi actuel.

Étape 2 : 10 minutes
"C'est comme..."
Faire la parallèle images, sans censure.



Autant de fois qu'il le faut pour obtenir 3 X OUI !

20

Brainstorming



Pourquoi faire usage du langage métaphorique?

21

Olga Belo-Marques

7

La force du langage métaphorique

LEAD BY EXPERIENCE

"L'être humain est un animal narratif. Nous ne pensons pas en faits et chiffres, mais en histoires et en images."

Structure cognitive narrative : Notre cerveau organise le chaos de l'expérience en récits cohérents pour lui donner du sens.

Traitement de l'information : Une métaphore active simultanément les zones sensorielles, émotionnelles et cognitives du cerveau.

Contournement des résistances : Contrairement à l'argumentation logique qui active l'esprit critique, l'histoire est accueillie sans défense ("C'est juste une histoire...").

Mémorisation : Une information "emballée" dans une histoire est retenue 22 fois plus efficacement qu'un fait brut (Jerome Bruner, 2022).

22

Le rôle du langage inconscient

LEAD BY EXPERIENCE

"En racontant une histoire, le locuteur plante des idées, des émotions et des pensées directement dans le cerveau de l'auditeur." — Uri Hasson, Neuroscientifique (Princeton)

Synchronisation Cérébrale
Les études fMRI montrent que l'activité cérébrale de l'auditeur se synchronise avec celle du conteur. Les mêmes zones s'activent simultanément.

Effet Miroir Profond
Ce n'est pas seulement une compréhension linguistique, mais une simulation sensorielle et émotionnelle partagée. L'auditeur "vit" l'histoire.

Anticipation et Influence
Plus le couplage est fort, plus l'auditeur anticipe la suite du récit, facilitant l'acceptation de nouvelles perspectives (recadrage).

23

Les mécanismes psychiques du langage métaphorique

LEAD BY EXPERIENCE

Les trois leviers psychiques

Les métaphores activent des mécanismes psychologiques puissants de transformation



01
La Dissociation

Distance émotionnelle permettant une nouvelle perspective sur la situation.



02
Projection & Identification

Vivre le changement par procuration à travers les histoires, les images, les suggestions



03
Régession au Service du Moi

Accéder à la pensée symbolique pour créer des solutions créatives.

24

Exercice

chauffer le "muscle métaphorique" par l'association libre.

Étape 1 : Le thème

"J'ai un problème..."

Choisir librement le thème actuel.

Étape 2 : Le lien

"C'est comme..."

Associer avec la première image, sans censure.

Étape 3 : Le lien

"Parce que..."

Expliquer les similitudes structurelles.



Exemples de résultats : "La performance est un jeu de 47 ans", "La transition est un langage", "La leadership est un jardin".

CFIP - Centre pour la formation et l'intervention psychosociales

18

25

Le recadrage par la métaphore

RAPPEL

Changer le sens, pas les faits

Réalité de 1er ordre : Les faits objectifs, observables (ex: "il pleut").

Réalité de 2nd ordre : Le sens que l'on donne aux faits (ex: "C'est triste" vs "C'est bon pour le jardin").

La métaphore agit directement sur la réalité de second ordre pour transformer l'expérience du client.

CFIP

19

26

Les trois leviers du changement

La métaphore est un outil systémique puissant car elle agit simultanément sur les trois dimensions de l'expérience humaine.

Recadrage Cognitif

Changer la perception, le sens donné à une situation et les croyances sous-jacentes.

"Je ne suis pas bilingue, j'ai vécu une génération..."

Recadrage Émotionnel

Moduler l'état interne, apaiser une émotion ou accéder à une ressource.

Penser de la zone d'angoisse ou du côté (ou du système)...

Recadrage Comportemental

Choisir de nouvelles options d'action et développer la mise en mouvement.

Encourager une nouvelle idée pour créer la positivité...

CFIP - Centre pour la formation et l'intervention psychosociales ASBL

Avenue Grisebarron 153 - 1200 Bruxelles - ☎ 02 770 50 48 - ✉ contact@cfip.be - www.cfip.be

20

27

Olga Belo-Marques

9

Le role du langage inconscient

"Votre inconscient est un réservoir de ressources bien plus vaste que votre esprit conscient ne peut l'imaginer."
— Milton H. Erickson

Le Réservoir de Ressources
Contrairement à la vision freudienne (refoulement), l'inconscient ericksonien est une force positive contenant tous nos apprentissages passés et nos solutions potentielles.

La Permission d'Inventer
La métaphore offre une "permission d'être enfant", de jouer et d'imaginer. Elle contourne la censure du mental critique ("ce n'est pas logique") pour accéder à la créativité pure.

Le Langage du Rêve
L'inconscient ne comprend pas la négation ni les concepts abstraits, il parle en images et en symboles. La métaphore est sa langue maternelle.

28

Démonstration



29

Exercice

Les reformulations et recadrages métaphoriques :
Sujet : Je vis une situation qui me pose question...
Coach : Reformule et ajoute une métaphore :
C'est un peu comme ... ?
Cela me fait penser à ... ?
C'est comme quoi ... ?
Quelle image te vient en tête ?
Ça ressemble à quoi ?

Être attentif à :
Langage corporel
Langage imagé
Expressions, termes, vocabulaire

7 min +
3 min
feedback

3 groupes
X4
personnes

30

Olga Belo-Marques

10

Les histoires qui guérissent

Transformer les récits pour catalyser le changement



Olga Belo-Marques
CIP - Centre pour la formation et l'intervention psychosociales ASBL
Avenue Grébaumont 153 - 1200 Bruxelles - ☎ 02 776 50 46 - ✉ olga.belo-marques@cip.be - www.cip.be

31

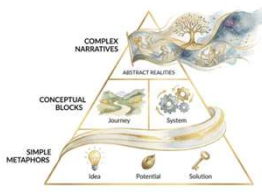
Taxonomie : Les Métaphores Orientationnelles

Ces métaphores organisent un système global de concepts les uns par rapport aux autres, basées sur notre expérience physique de l'espace.

↑ HAUT vs BAS ↓
Le Bon est en HAUT, le Mauvais est en BAS.
Joie, Santé, Pouvoir, Plus = HAUT.
Tristesse, Maladie, Soumission, Moins = BAS.
Ex: "Je suis au sommet de ma forme" vs "J'ai le moral à zéro".

↔ DEDANS vs DEHORS ↔
Le contenant et le contenu.
L'intimité, la sécurité, l'appartenance = DEDANS.
L'exposition, l'exclusion, l'inconnu = DEHORS.
Ex: "Je me sens vide" vs "Je suis hors de moi".

⇒ AVANT vs ARRIÈRE ⇐
Le temps et le progrès.
Futur, Progrès = DEVANT.
Passé, Régression = DERRIÈRE.
Ex: "Aller de l'avant" vs "Rester en arrière".



32

Le Voyage du Héros (Joseph Campbell)

Le Monomythe Universel
Une structure narrative présente dans tous les mythes et légendes à travers le monde et les époques. C'est la métaphore ultime du changement.



1 Le Départ (L'Appel)
Le héros vit dans son monde ordinaire mais reçoit un appel à l'aventure. Il doit franchir le seuil de l'inconnu.

2 L'Initiation (Les Épreuves)
Il rencontre des alliés et des mentors, affronte des démons (peurs) et subit une transformation profonde.

3 Le Retour (La Contribution)
Il revient dans le monde ordinaire, transformé, avec un "élixir" (nouvelle ressource) pour en faire profiter sa communauté.

En coaching : Le client est le Héros, le coach est le Mentor/Allié, et le problème est le Gardien du Seuil.

33

Les métaphores

Centre d'Intelligence Personnelle



Les histoires **naturelles**



Les histoires **universelles**



Les métaphores **suggestives**

Les métaphores **isomorphiques**

34

Les histoires **naturelles**

Centre d'Intelligence Personnelle

Situations, dilemmes, contextes,
Qui nous sont arrivés
Qui sont arrivés à quelqu'un
Dont on a entendu parler



Quotidien
Vie courante
Suffisamment réelle

35

Les histoires **universelles**

Centre d'Intelligence Personnelle

Qui arrive à **tout être humain**
Qui fait partie de **l'existence**
Qui est **inévitabile**



Vie courante
Compétences
Passages ou grands moments de la vie
Processus de la Vie

36

Les métaphores suggestives

Qui évoquent une idée

Qui illustrent un propos

Qui suggèrent un état

Personnages

Contextes

Actions ou péripéties



37

Brainstorming



Quand faut-il raconter une histoire /métaphore dans un accompagnement ?

38

L'art de la métaphore



Dans la conversation, pour illustrer un propos, suggérer une idée

Comme intervention principale

En début, milieu ou fin de séance

39

L'art de la métaphore



- Quand la personne se sent limitée dans son raisonnement (manque de nouvelles idées)
- Quand la pensée est trop logique
- Quand on explore le champ des possibles
- Quand on veut rendre léger le processus
- Comme effet miroir /alliance

40

Brainstorming



Quels sont les ingrédients d'une histoire/métaphore ?

41

L'art de raconter des histoires

- **un début** : une question, un objectif, une action à mener ;
- **un milieu** : un contexte (temps, espace), les points intéressants, les dilemmes, les obstacles, les défis à surmonter ;
- **les personnages** : personnes, objets ou animaux. Les premiers rôles et les seconds rôles ;
- **un contenu** : rempli d'informations sensorielles ;
- **une fin** : l'aboutissement de l'aventure, la fin de l'action, la chute.

42

Exercice



CIRQUE ET PÉRIFORMES

Racontes-nous une histoire



15 min solo
Préparation







43

[illegible]

Exercice

cip
CENTRE D'INFORMATIQUE PÉDAGOGIQUE

Démonstration

18

44

[illegible]

L'Art de Raconter

Pour que le client voyage, le coach doit voyager le premier.
L'histoire doit être vécue, racontée, incarnée dans le corps et les émotions



- V Visuel** : Peindre des images mentales précises (couleurs, lumières, formes).
- A Auditif** : Jouer avec le rythme, le silence, le ton et les sons du récit.
- K Kinesthésique** : Faire ressentir le mouvement, la température, le poids, la texture.
- O Olfactif / Gustatif** : Ancrer l'expérience dans la mémoire profonde par les odeurs et goûts.

Incarnar le récit par le VAROG

Congruence

"Le corps du coach est le premier instrument de la métaphore."

45

L'Art de Raconter

Pour que le client voyage, le coach doit voyager le premier.
L'histoire doit être vécue, racontée, incarnée dans le corps et les émotions



Incarnar le récit par le VAKOG

- V Visuel** : Peindre des images mentales précises (couleurs, lumières, formes).
- A Auditif** : Jouer avec le rythme, le silence, le ton et les sons du récit.
- K Kinesthésique** : Faire ressentir le mouvement, la température, le poids, la texture.
- O Olfactif / Gustatif** : Ancrer l'expérience dans la mémoire profonde par les odeurs et goûts.

46

Les Modalités Sensorielles dans le Récit

Pour que la métaphore soit vivante, elle doit être incarnée. Le coach devient l'instrument de l'histoire à travers deux canaux majeurs.

La Voix (Le Para-verbal)

Le Volume
Chuchoter pour l'intimité, projeter pour l'action.

Le Rythme
Ralentir pour l'émotion, accélérer pour le suspense.

Le Silence
Laisser l'image se former dans l'esprit du client.

La Tonalité
Ouvrir pour l'ancrage, varier pour les personnages.

Le Corps (Le Non-verbal)

La Posture
Ouvrir et congruer avec l'émotion du récit.

La Gestuelle
Dessiner les objets et les espaces dans l'air.

Le Regard
Détaché pour servir à l'introspection.

L'Ancrage Spatial
Placer les éléments de l'histoire dans l'espace.

47

L'Art de Raconter

Une métaphore ne s'explique pas !

"C'est comme une blague : si vous devez l'expliquer, c'est qu'elle n'a pas marché."

Respecter le cadre de référence
Utilisez exclusivement les images, le vocabulaire et les codes de votre interlocuteur. Ne projetez pas votre propre carte du monde.

Laisser travailler l'inconscient
C'est le client qui fait le lien (le pont) entre l'histoire et sa situation. Cette connexion interne est ce qui crée l'insight.

Préserver la magie de l'implicite
Expliquer une métaphore, c'est la ramener au niveau cognitif conscient, là où résident les résistances et les défenses.

48

Olga Belo-Marques

16

Les métaphores dans le coaching





CIP - Centre pour la formation et l'intervention psychosociales ASBL
Avenue Grimaud 153 - 1200 Bruxelles - ☎ 02 776 50 46 - ✉ contact@cip.be - www.cip.be

49

L'objectif ultime du coaching narratif

Devenir l'auteur de sa vie

- Le recadrage n'est pas une fin en soi, mais un moyen de rendre le stylo au client
- Passer d'une histoire subie (Victime) à une histoire choisie (Créateur).
- L'autonomie véritable : intégrer la capacité de recadrer soi-même ses futures épreuves.

"Nous ne sommes pas nos histoires, nous sommes les conteurs qui peuvent les changer."

50

Processus de Création : Construction et Résolution

3 Construire l'Isomorphisme

Le Parallèle Structurel

Transposer chaque élément clé du problème (blocages, enjeux, acteurs) dans l'univers métaphorique choisi. La structure doit être identique, seul l'habillage change.

Respecter le Blocage

Le héros de l'histoire doit rencontrer une difficulté de même nature que celle du client. Ne pas minimiser l'obstacle.

"Si le client se sent 'étouffé' par sa hiérarchie, le héros pourrait être un plongeur dont l'alimentation en air est coupée."

4 Résolution et Futurisation

Introduire la Ressource

Amener un élément nouveau (mentor, objet, prise de conscience) qui permet de dépasser l'obstacle. C'est le moment du recadrage.

Ouvrir les Possibles

Ne pas imposer une solution unique, mais montrer que le changement est possible. La fin doit être ouverte et positive (futurisation).

"Le plongeur réalise qu'il a une bouteille de secours (ressource oubliée) et remonte calmement vers la surface (libération)."

51

Alger du problème vers la solution

ISOMORPHIC METAPHOR CONSTRUCTION

1. LISTENING
EAR

Listening to a story with
personal, cultural and
linguistic eye

2. UNIVERSE
SELECTION

Select the universe and
extract the person or
element that

3. MAPPING
CONNECTIONS

Map the elements and
connections to the
story universe

4. STORY
CREATION

Create a new story
universe, mapping, insight, and
newly created

Faire un parallèle : situation vécue // histoire

Construire une équivalence X identique

Respecter les fonctions = miroir symbolique

52

Démonstration

53

Les métaphores isomorphiques

Question
Choix
Décision
Comportement

Personnages
Contextes
Actions

Question
Dilemme
Appel
Aventure

Etat présent

Etat désiré

Etat idéal

Obstacles
Empêchements
Croyances

Ressources

Stratégies

Racadrages
Aucrages

Personnages
Contextes
Péripéties

Solution
Nouvelle perspective
(plus de choix)
Nouvelle compréhension

54

Olga Belo-Marques

18

L'art de raconter des histoires


LEAD BY EXPERIENCE

- Ceci me rapelle ...
- Et comme disait mon oncle; le grand spécialiste; le philosophe
- Certains disent que ...
- Mon ami John disait à sa fille...
- J'avais un patient autrefois qui me disait ...



55

Création d'une métaphore isomorphique


LEAD BY EXPERIENCE

1. Recueillir de l'information

a) Repérer

- les individus inclus dans la situation (états internes, comportements, processus internes);
- les relations entre eux (qui est qui et par rapport au problème);
- l'environnement (le temps, les lieux, les composants contextuels);

b) Identifier les composants propres de l'état problème

- une question;
- un obstacle;
- un choix;
- une désigne.

b) Elucider l'état désiré

- Objectif = meta-objectif / objectif / sous-objectifs;
- Niveaux logiques;
- Trois primaires.

d) Identifier des ressources (s'il y en a)

- Capacités;
- Talents;
- Croyances ouvrantes;
- Environnement.

2. Construire la métaphore

a) Définir l'état problème et l'état désiré.

b) Choisir les personnages et leurs relations par isomorphisme (représentés par des plantes, animaux, figures imaginaires, personnages) en tenant en compte de:

- index de computation;
- comportements;
- stratégies.

c) Isomorphisme: faire glisser ces caractéristiques dans l'histoire et dans les relations entre les personnages.

d) Créer la chaîne d'événements et d'états ressources nécessaires à l'atteinte de la solution = passer de l'état problème à l'état désiré en saupoudrant de ressources l'évolution du personnage principal.

e) Terminer l'histoire par la victoire du personnage sur son problème et l'atteinte d'une solution (état désiré).

f) Éventuellement, utiliser une fin avec une futurisation.

56

Exercice


LEAD BY EXPERIENCE




20 min

Entretien

15 min

Préparation de la métaphore

7 min

Recadrage avec la métaphore

8 min

Feedback

57

Olga Belo-Marques

19

Merci de votre participation



Centre pour la Formation
& l'Intervention Psychosociologiques ASBL
Avenue Louis Gribaumont 153
1200 Bruxelles

Tél : +32 (0)2.770.50.48
secretariat@cfip.be
www.cfip.be





CFIP - Centre pour la formation et l'intervention psychosociologiques ASBL
Avenue Gribaumont 153 - 1200 Bruxelles - ☎ 02 770 50 48 - ✉ secretariat@cfip.be - www.cfip.be

10

58
