

NOVEMBRE 2006

mieux vivre sa vie

N°257-4€

# PSYCHOLOGIES

WWW.PSYCHOLOGIES.COM

MAGAZINE

## TEST

Etes-vous acteur  
ou spectateur  
de votre vie ?

## L'ENQUÊTE

Pères malgré eux

## CAHIER SEXE

Y a-t-il une bonne  
fréquence ?

## BORIS CYRULNIK

Ne séparons plus  
le corps et l'esprit !

## ADOS

Nous ne les  
comprenons pas.  
Pourquoi ?

## LE DOSSIER

**Savoir  
s'entourer**

**NOS AMIS  
NOS AMOURS  
NOS RÉSEAUX**

**NATHALIE  
BAYE**

“J'aime la vie  
que j'ai eue.  
Infiniment”

T 01751 - 257 - F: 4,00 €



Des philosophes, sociologues, pys... prennent la plume pour exprimer les juge trop « normatifs ». Bernard Hévin et Jane Turner défendent une

## Le coaching : formatage ou

« Une pratique qui rend conforme »

Pierre Le Coz, philosophe, vient de publier avec Roland Gori, psychanalyste, *L'Empire des coachs* (Albin Michel, 2006).

« Le coaching pousse le culte de l'excellence à l'extrême. Venu des Etats-Unis, le jargon sportivo-managérial des coachs standardise notre pensée. Car c'est dans le sport, au cours des années 1980, que les coachs ont commencé à essaimer. Coacher un athlète, c'est mobiliser ses ressources psychologiques en vue d'accroître ses performances. A la différence du simple "entraîneur" (un mot désormais ringard), le coach attache autant d'importance au conditionnement mental qu'à la préparation physique du sportif. Il aide son poulain à se persuader qu'il est le meilleur, qu'il y a en lui un stock d'énergie inépuisable, qu'il peut "positiver" ses échecs pour aller toujours plus vite, plus haut, plus loin. Les coachs nous ont ainsi fabriqué une nouvelle race de sportifs, autogérés et formatés, aussi baraqués dans leur tête que dans leurs biceps.

Comme les valeurs de la compétition sportive croisent celles de la compétition économique, le coaching s'est rapidement annexé le territoire du management. En milieu professionnel, les coachs enseignent à muscler l'estime de soi,

à être un gagnant dans l'impitoyable course aux parts de marché. Payés à prix d'or, ils ont pour mission de faire croire au "coaché" que l'objectif visé par l'entreprise qui l'emploie correspond parfaitement à ce qu'il veut, lui, au plus profond de lui-même. A savoir : devenir toujours plus puissant, plus performant, augmenter sa rentabilité comportementale... et tendre à devenir l'entrepreneur de lui-même ! Quelle heureuse coïncidence... qui "psychologise" les souffrances sociales tout en socialisant les normes psychiques.

à "zapper" leur tristesse et autres "états négatifs" à coups de thérapies brèves, de PNL [programmation neurolinguistique, ndlr] ou de footing. Sous couvert de rendre ces personnes dynamiques et heureuses, ils réalisent un contrôle social producteur de comportements conformistes.

Or, notre monde a plus besoin d'esprits critiques que de nouveaux "directeurs de conscience", guidant l'individu à se réaliser pleinement comme *Homo economicus*. Nous avons envie de dire aux gens qu'ils ont raison de penser que

« NOTRE MONDE A PLUS BESOIN D'ESPRITS CRITIQUES QUE DE NOUVEAUX "DIRECTEURS DE CONSCIENCE" »

Mais cette normalisation des esprits dépasse les milieux professionnels. Et de plus en plus de coachs vendent de l'"épanouissement personnel" dans le privé : aux célibataires, aux parents, aux adolescents... Dans leur langage simpliste et infantilisant, ils leur apprennent à "gérer leur mal-être", à "positiver" leurs échecs, à se bâtir un solide "capital réputa-

notre civilisation consumériste n'est pas merveilleuse et que le sens de la vie n'est pas de s'y adapter tant bien que mal. Le coaching, en transformant la santé, l'éducation, la culture et la vie en marchandises, nous fait perdre tout rapport d'authenticité à l'existence. Les livres, la culture et les échanges nous apporteront plus et nous coûteront moins cher. ▶ P.L.C.

leur opinion. Ce mois-ci, débat autour des coachs : **Pierre Le Coz** profession qui, selon eux, vise d'abord à libérer le sujet.

## réalisation de soi ?

« Un échange authentique qui vise la relation à soi »

Jane Turner, psychologue clinicienne, et Bernard Hévin, psychosociologue, sont également coachs et ont fondé Le Dôjô, un organisme de formation. Ils ont publié plusieurs ouvrages sur le coaching, dont *Manuel de coaching* (Dunod, 2003) et *Pratique du coaching* (InterEditions, 2006).

**« Au service de qui et de quoi le coaching se pratique-t-il ? Serait-il, comme certains le prétendent, "le formatage de l'individu" ?** Notre réponse est aussi courte que formelle : non. Le coaching n'est pas le formatage de l'individu, car un individu ne peut être "formaté" que s'il accepte de l'être, en abandonnant son libre arbitre, sa position d'homme libre, sa place de citoyen. L'efficacité, la pertinence, le sens même d'une action de coaching ne peuvent s'apprécier

que si l'individu choisit librement d'adhérer à son propre projet, pas à celui que sa direction, ses parents, son époux, etc. auraient pour lui. Si, pour des raisons sécuritaires, le "coaché" accepte de se soumettre à des pressions pour ne pas courir le risque de perdre l'amour, le statut, les avantages acquis... en oubliant son unicité, son individualisme, sa citoyenneté, alors il se "formate". Actuellement, on observe deux grandes orientations dans le coaching. L'une, recherchant l'efficacité

et la performance selon des normes préétablies, vise à rendre l'individu conforme aux besoins, voire aux désirs, des groupes – professionnels, socio-économiques, familiaux, etc. – dont il fait partie; l'autre, s'intéressant en priorité aux attentes et aux besoins de l'individu, cherche à l'aider à trouver ses marques dans un monde en changement permanent. Notre pratique du coaching appartient à la deuxième orientation. Le coaché est avant tout un citoyen. Si celui-ci se soumet à une autorité abusive, le rôle du coach est de l'aider à réinvestir sa place de citoyen. Ce faisant, c'est lui qui mandate le coach, pour l'aider à prendre ses responsabilités, à s'autonomiser, et non à pallier un manque ou se rendre conforme à un désir ou un fantasme quelconque.

Le coaching est d'abord l'occasion d'un échange authentique visant la relation à soi, et non la production de gens normalisés, formatés. Mais cela ne peut se faire que si chacune des deux parties accepte de prendre le risque de vivre une relation loyale et sincère, lui permettant de trouver un accord et de s'entendre bien au-delà des projets que d'autres pourraient avoir pour elle. » J.T. ET B.H.



Un moyen d'aider l'individu à retrouver ses marques ?