

## Mantra pour psychothérapeutes de A à Z

Publié dans " Kuenzli, F (2006) Inviting reflexivity into the therapy room how therapists think in practice? révisé et traduit pour la version française en 2011, © Editions de Pratiques Réflexives.

---

### Abécédaire de Mantra pour psychothérapeutes Revue de principes encourageant une alliance positive.

- A. Faites attention au rythme, « pacing » de la séance et « timing » de l'intervention (une intervention n'est de qualité que si elle est utilisée par le client).
- B. N'allez pas plus vite que le client, s'il ne vous suit pas il est inutile de continuer d'avancer.
- C. N'assumez pas que le client parle votre langage. C'est à vous d'apprendre sa langue. Demandez à vos clients le sens pour être sûrs de bien comprendre ce que le client vous dit.
- D. Evitez de disqualifier involontairement l'histoire des clients par des compréhensions trop rapides.
- E. Assurez-vous que le client a pu dire ce dont il voulait parler en tout cas une fois par séance.
- F. Contrôler systématiquement la qualité de vos services et évaluez la qualité de l'alliance (central), au minimum une fois par séance. Vous utiliserez pour cela des outils de mesures écrites comme l'échelle de Scott Miller (2004), [www.talkingcure.com](http://www.talkingcure.com) , Boss scale, Helping alliance questionnaire...)
- G. Assurez-vous à l'aide de reformulation d'avoir bien compris ce que vous pensez avoir compris (cercles herméneutiques). Il est important de comprendre ce que le client vous dit. (Faites ceci sans redondances qui pourraient endommager l'alliance)
- H. Assurez-vous que vos clients parlent de ce dont ils veulent parler (ce que le client attend de la séance plutôt que ce que vous attendez de la séance). Donnez-leur une chance de corriger les incompréhensions inhérentes à tout dialogue.

## Mantra pour psychothérapeutes de A à Z

Publié dans " Kuenzli, F (2006) Inviting reflexivity into the therapy room how therapists think in practice?  
révisé et traduit pour la version française en 2011, © Editions de Pratiques Réflexives.

---

- I. Evitez des compréhensions trop rapides, des jugements prématurés, des diagnostics structuraux limités et limitatifs. Préférez les diagnostics processuels et dialogiques, les possibilités que vous pourrez co-construire.
- J. Préférez les interactions latérales aux hiérarchiques
- K. Cherchez à comprendre le sens unique que chaque client donne à sa situation, à son trouble, à sa souffrance.
- L. Restez vigilants et ouvert pour abandonner des hypothèses, essayer de laisser de côté des pensées stéréotypantes, sclérosantes de côté (démarche scientifique).
- M. Soyez ouverts et prêts à être remis en questions, à vous questionner. (Nothing stands still)
- N. Cherchez à obtenir une cohérence entre le langage que vous utilisez dans et hors de la séance.
- O. Préférez un langage de coopération, un langage orienté vers les possibilités.
- P. Souvenez-vous que vos questions permettent de moduler les conversations futures. (Tomm, 1988)
- Q. Vos questions sont les semis de futures conversations.
- R. Les questions que vous posez et celle que vous choisissez de ne pas poser influencent les réponses de vos clients. Elles influencent la construction de leurs histoires de vie à propos d'eux-mêmes et de leurs relations dans le monde.
- S. Préférez un langage positif, qui invite le client à une conversation préférée, une conversation qui pourrait être le semis d'autres conversations. Le langage transforme.

## Mantra pour psychothérapeutes de A à Z

Publié dans " Kuenzli, F (2006) Inviting reflexivity into the therapy room how therapists think in practice?  
révisé et traduit pour la version française en 2011, © Editions de Pratiques Réflexives.

---

- T. Il y a de multiples versions possibles d'un même événement plusieurs versions du bien ou mal-être d'un client, d'un couple d'une famille, d'un système humain. Vous, l'auditeur influencez le dire. Vous créer la scène qui donne une audience à cette histoire.
- U. Quand le client demande votre opinion ou votre réponse, faites votre possible pour l'offrir sinon vous invitez la résistance.
- V. Les actions sont plus puissantes que des mots, (« actions speak louder than words »), comme dit le proverbe. Que votre langage soit entier. Intentions verbes et actions tendent vers une cohérence, une plus grande intégrité.
- W. Imaginez-vous être un invité dans la vie de vos clients momentanément (positionnement). Vous n'êtes pas familiarisé avec leur culture, leurs rites, leurs histoires, leurs trauma, leurs joies, leurs contextes, soyez curieux et respectueux de ces différences. Si vous vous imaginez être comme un(e) extra-terrestre approchant une culture, une planète différente vous serez mieux préparé(e) à ne jamais prétendre saisir l'insaisissable.
- X. Réinventez chaque jour la roue car (presque) tout est possible. Si vous perdez espoir, comment vos clients vont-ils le garder ? Le changement arrive à chaque instant, il suffit de regarder au bon endroit.
- Y. Regardez le changement là où il arrive déjà, (pas la résistance là où vous pensez qu'elle se trouve).
- Z. Souvenez-vous que chaque séance peut être la dernière (De Shazer) utilisez chaque minute au mieux de ses possibilité. Donnez le meilleur de vous-même c'est le minimum que vous pouvez offrir à vos clients.

Que le meilleur vous accompagne,  
Réflexivement vôtre !

*P.S. Cette liste n'est ni exhaustive ni finale, comme elle m'a été d'une extrême utilité dans ma pratique je la partage avec vous en souhaitant de tout cœur que vous créiez vos propres mantra.*

Fabienne Kuenzli, Dr. en Psychologie, Spécialiste en Psychothérapie, Licensed Marriage Family, Child and Couples Therapists.