

# L'EMERGENCE COGNITIVE

## SIX ETAPES

Matthew Hudson et Philip Harland  
avec Maurice Brasher

*Voici une version préliminaire en français des éléments principaux qui constituent l'Emergence Cognitive de David Grove et 'Puissance Six' telles que l'article 'Six Steps to Emergent Knowledge' de Hudson/Harland les décrit. Des termes en français plus raffinés vont pouvoir émerger à la lumière des pratiques en France et en français. Une explication plus développée de la terminologie et de la méthodologie en anglais se trouve dans les articles à [wayfinderpress.co.uk](http://wayfinderpress.co.uk) ou [powersofsix.com](http://powersofsix.com), et dans le livre 'The Power of Six' de Philip Harland (traduction en préparation, titre provisoire « Puissance Six »)*

### L'Emergence Cognitive

**L'Énoncé de Mission**  
**Les Six Éléments**  
**Six Itérations**

#### L'Énoncé de Mission

L'énoncé de mission est l'objectif de la session. Il peut être écrit ou dessiné. L'énoncé est là pour présenter le problème, le but, le souhait, ou le besoin du client. Pour aider le client à choisir quoi exprimer (écrire ou dessiner), nous pouvons dire:

*« Choisis le format de papier que tu souhaites, écris ou dessine ce sur quoi tu veux travailler. »*

L'énoncé, son contenu, son échelle et sa forme sont des éléments d'information pour le client seulement, lesquels vont interagir avec les autres éléments d'information qui émergent au fur et à mesure du déroulement de la session. Une fois l'énoncé complété, le facilitateur dit :

*Place-le où il a besoin d'être. »*

Ensuite, dites:

*« Place-toi là où tu as besoin d'être en relation avec cela. »*

Jamais de commentaire sur quoi que ce soit de la part du facilitateur.

## Les Six Eléments

La préparation et la disposition de l'énoncé installent une situation avec trois composante: un observateur en 'A'; l'observé qui est l'énoncé en B; et l'espace 'C' entre les deux (**Figure 1**).

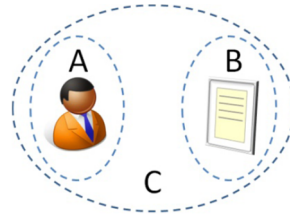


Figure 1

L'espace de 'A' comporte ce que le client est et ce qu'il sait, ici et maintenant. Sa séparation de 'B' est ce qui fait exister 'C'. David Grove propose que cet espace 'C', est ce qui empêche le client en 'A' de résoudre son problème ou achever la mission en 'B'.

Le facilitateur peut maintenant poser des questions à 'A', 'B', et 'C', avec le présupposé, que ce n'est pas le client qui a toute l'information à propos de l'énoncé lui-même et l'espace entre les deux ont également de l'information là-dessus. Les questions ne se limitent pas à ce que le client en 'A' sait. L'information est valable quelle que soit la source.

Trois autres éléments composent ce modèle (**Figure 2**):

'D' est l'espace potentiel qui contient de l'information en dehors des frontières du système A-B-C.

'E' représente les informations qui émergent. Elles évoluent en fonction de l'interaction de A, B, C et D.

'F' est le Facilitateur qui pilote la structure du processus, en demeurant en dehors de son contenu.

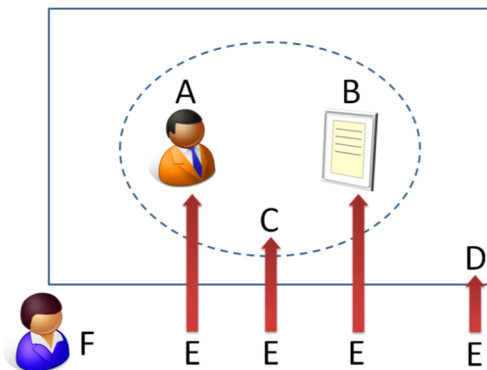


Figure 2

## Six Itérations

David Grove a constaté une certaine structure dans le langage utilisé par les clients au cours de leurs processus. Le fait de poser la même question six fois donnait des résultats que le fait de la poser trois ou quatre fois (ou cinq, ou sept fois) ne produisait pas. Il a appelé cela: '**le Pouvoir de Six**'.

(Se référer au texte de Matthew Hudson et Philip Harland intitulé 'The Structure of Emergence', 2008)

La question d'émergence qui amorce le processus d'itération : « *Qu'est-ce que tu sais?* »

Ensuite, il y a cinq répétitions d'une autre question d'émergence : « *Qu'est-ce que tu sais d'autre ?* »

La structure interne du processus paraît comporter deux séquences de trois : la première avec les étapes 1, 2, et 3 fait référence à une certaine stabilité dans l'histoire du client avec les caractéristiques d'unité, de diversité et d'harmonie; la seconde, avec les étapes 4, 5, et 6, fait référence à un processus de déconstruction et de reconstruction, avec l'émergence d'une *reconnaissance*. David dira que ce sont **les 6 amis du facilitateur**.

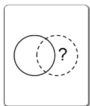
1. **Proclamer** ('Proclaim'): en répondant à la première question, le client tend à proclamer son problème ou son désir.
2. **Expliquer** ('Explain'): à la seconde itération, le client explique habituellement ce qu'il a dit en #1.
3. **Renforcer** ('Reinforce'): à la troisième itération le client tend à renforcer ce qu'il a dit en 1 et #2.
4. **'Trembler'** ('The Wobble'): la quatrième itération amène le doute ou la contradiction: il y a un 'tremblement'.
5. **Déconstruire** ('Crash & Burn'): à la cinquième itération, la structure originale s'effondre : 's'écrase et brûle'.
6. **Emerger** ('Out of the Ashes'): dans la sixième itération, il est probable que de nouvelles informations ou une conscience nouvelle émergent, comme le phénix qui renaît de ses cendres.

Les six étapes de cet exercice épistémologique font avancer le client sur le chemin d'une nouvelle façon de savoir ce qu'il sait. Dès qu'il manifeste sa connaissance ou sa compréhension d'une chose, il s'ouvre à la connaissance et à la compréhension d'une autre, et ainsi de suite. L'itération est la clé de ce cheminement et elle devient le co-facilitateur du processus.

## Six Processus de base de l'Émergence Cognitive

- 1 - **Un Départ Propre** ('A Clean Start')
- 2 - **L'Échauffement** ('Over-driving')
- 3 - **Le Chargement** ('Uploading')
- 4 - **La Méta-Conduite** ('Meta-driving')
- 5 - **Le Download** ('Downloading')
- 6 - **Le Plan d'Action** ('Action Plan')

### 1 – Un Départ Propre ('A Clean Start')



Une série de questions sont réitérées, sous la forme d'une formule séquentielle ou à la discrétion du facilitateur, jusqu'à ce qu'une réponse ferme et congruente ait été reçue. Les questions posées au client sont :

- « Est-ce que tu es à la bonne place ? »
- « Est-ce que tu es à la bonne hauteur ? »
- « Est-ce que tu es au bon angle ? »
- « Est-ce que tu es face à la bonne direction ? »
- « Est-ce que cela (l'énoncé) est à la bonne place ? »
- « Est-ce que cela (l'énoncé) est à la bonne hauteur ? »
- « Est-ce que cela (l'énoncé) est au bon angle ? »
- « Est-ce que cela (l'énoncé) fait face à la bonne direction ? »
- « Est-ce la bonne distance entre toi et cela (l'énoncé) ? »

Le facilitateur attentif notera que le client peut dire « OUI » à chacune des questions tout en faisant un geste ou en changeant de position légèrement, ce qui indique un « NON » inconscient. Le questionnement doit être répété jusqu'à ce qu'un « OUI » ferme soit obtenu. Ce *départ propre* permet de bien mettre en place l'organisation structurale de la mission du client ou de son problème et assure que l'ensemble est pleinement psychoactif. Ce simple traitement des questions est probablement un microcosme de la façon dont le client vit sa vie. Toutes ses questions peuvent en revenir à cet acte très simple.

## 2 – 'L'Echauffement' (« Over-driving »)



Une question simple d'échauffement est posée au client à 'A', à l'énoncé à 'B', et à l'espace 'C', entre les deux.

Question à A : « *Qu'est-ce tu sais?* »

Question à B : « *Qu'est-ce que cela (l'énoncé) sait ?* »

Question à C : « *Qu'est-ce que cet espace sait ?* »

L'intention de cet échauffement est de passer outre les frontières de **A**, **B**, et **C** pour aller vers **D** pour, en quelque sorte, encourager l'émergence de nouveaux savoirs. Et comme les questions d'échauffement conduisent vers les contenues dans le système, elles doivent être posées sous la forme d'un processus itératif. Chaque question est donc posée cinq fois de plus :

Question à A : « *Et que sais-tu d'autre ?* »

Question à B : « *Qu'est-ce que cela (l'énoncé) sait d'autre ?* »

Question à C : « *Qu'est-ce que cet espace sait d'autre ?* »

L'information ainsi obtenue à la fin de l'itération complète est reconnue sous la forme du processus de 'Chargement'.

## 3 – 'Le Chargement' (« Uploading »)



« Uploading » est le terme utilisé par David Grove pour décrire le processus par lequel le client écrit ou dessine les réponses aux questions d'échauffement, directement sur l'énoncé de mission ou sur une nouvelle feuille. L'invitation se fait ainsi, avec un geste vers le papier :

« *Mets cela sur le papier.* »

Le but est ici de s'assurer que les informations anciennes et nouvelles soient reconnues, qu'elles aient une résidence et une adresse. Cela assure l'interrelation entre ces nouvelles informations et tout le reste. Cela permet au client de se délester de l'information. Et cela sert de mémoire au client et au facilitateur de ce qui a été dit.

## 4 – 'La Méta-Conduite' (« Meta-driving »)



Le processus de méta-conduite invite le client à se déplacer dans l'espace :

« *Trouves un autre espace.* »

Le but de cette invitation est de changer le lieu d'attention du client. À travers ce processus répétitif (cinq autre fois) de localisation de nouveaux espaces, le client crée des nœuds dans l'espace de son réseau. Dans l'espace de 'A', une personne peut avoir une vue particulière du monde qui peut sembler vraie aussi longtemps qu'elle y reste. Une fois qu'il se déplace vers un espace adjacent, il a accès à l'information que ce nouvel espace détient. Cette information peut être complémentaire son image, et permet de soupeser tout ce qui a été dit dans les espaces précédents.

## 5 – ‘Le Download’ (« Downloading »)



À la fin des 6 itérations, une nouvelle question d'émergence est posée pour ramener le client dans l'ici et maintenant, pour télécharger ses apprentissages :

*Et maintenant qu'est-ce que tu sais ou qu'est-ce que cela sait ?*

Le but du ‘downloading’ est de marquer la fin de l'itération. Cela confirme et consolide les nouveaux savoirs acquis par le client. Maintenant, il peut traiter l'information et se réorganiser.

Une question finale de **download** complète le processus :

*« Mets cela sur papier. »*

La nouvelle information peut être écrite ou dessinée sur les feuilles déjà utilisées ou sur une feuille nouvelle.

## 6 - Le Plan d'Action (« Action Plan »)



Le client est invité à écrire six actions simples qu'il accomplira pour se rapprocher de son objectif ou qui l'aideront à résoudre sa question.

*« En tenant compte tout ceci, écris six choses que tu vas faire en sortant d'ici. Où et quand vas-tu les faire ? Et avec qui, au cas où tu vas les faire avec quelqu'un ? »*

Le but du plan d'action est de confirmer et consolider les changements émotionnels et cognitifs que le client fait, et le ramener à une réalité quotidienne.

Ces six processus de base peuvent être utilisés, au besoin, dans une variété de combinaisons au cours d'une session, et chacun des six peut être exécuté tout seul selon une formule plus simple.

## Conduire une Session d'Émergence Cognitive

### Commencer

### Appliquer la procédure

### Terminer

### Commencer

Inviter le client à créer son énoncé de mission : sur quoi aimerait-il travailler ? Invitez-le à localiser l'énoncé. Et à se positionner en relation avec l'énoncé.

**Appliquer la procédure** Les processus de base peuvent s'appliquer selon diverses formules, dont celle-ci des Six étapes. (Figure 3)

- A Faire un ‘Clean Start’
- B Chauffer A ( ‘téléchargement’)
- C ‘Download’ A
- D Méta-conduire A
- E Faire les opérations 2, 3, et 4, cinq fois de plus
- F ‘Download’ A

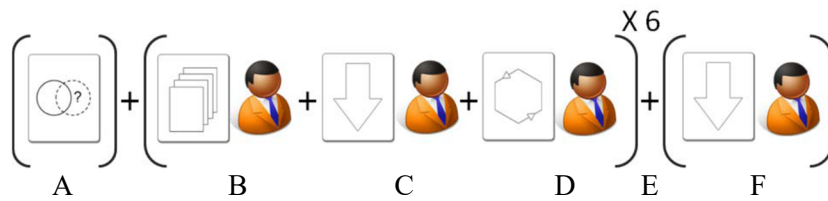


Figure 3

Cette formule est orientée vers 'A'. La même formule peut s'appliquer à 'B', mais non à l'intérieur d'une même itération. Il est recommandé que vous gardiez chaque itération très simple afin de permettre au client d'ajouter sa propre complexité.

### Terminer

À la fin de la session, il est pertinent que le client prenne une position méta à tout le système. Le facilitateur demande alors :

« *Sachant ce que tu sais maintenant, qu'est-ce que tu remarques de différent entre ton énoncé initial et ton dernier énoncé ?* »

En finale, faites compléter un plan d'action ou donnez-le à faire comme une tâche. Conclure.

© 2012 Matthew Hudson, Philip Harland et Maurice Brasher