

PRÉFACE

Le modèle Process Communication® développé par Taibi Kahler occupe désormais une place de choix parmi les théories de la personnalité. À ce titre, il intéresse les professionnels de la relation d'aide et notamment les coachs. Pour ma part, j'en trouve toujours la cohérence aussi impressionnante et me réjouis chaque fois que le modèle « tape dans le mille » avec un client. Le diagnostic me permet alors de décliner l'ensemble de la Process Communication® en fonction de la problématique apportée : motivations, croyances préférentielles, éclairage des conflits, mode de communication, sortie de stress, etc.

Largement répandue dans le monde de l'entreprise, la Process Communication® apporte en effet un éclairage singulier, non seulement sur le fonctionnement psychologique d'un individu lorsqu'il donne « le meilleur de lui-même », mais aussi sur la façon dont il réagit au stress et adopte alors des comportements préjudiciables.

En outre, dans le cas du coaching en entreprise, le laps de temps communément adopté par les entreprises (quelques séances sur quelques mois) convient bien aux qualités intrinsèques de simplicité et profondeur du modèle soulignées par Bruno Dusollier au début de son ouvrage. *Simplicité*, parce que le génie de Taibi Kahler fut de se restreindre à seulement six types de personnalités aux noms évocateurs (Empathique, Rebelle, Persévérant, Promoteur, Travaillomane, Rêveur) et *profondeur*, parce qu'on peut grâce à lui aller très loin dans la compréhension de soi et des autres.

Utilisée à bon escient et avec compétence, la Process Communication® permet ainsi d'effectuer assez rapidement un diagnostic

de personnalité. Mais cette pertinence porte en elle-même ses propres pièges et les tentations ne manquent pas pour le coach : porter sur l'autre un diagnostic hâtif (et parfois définitif), se couper de sa propre intuition et surtout, hélas, enfermer l'autre dans un schéma déterministe où son psychisme serait réduit à une combinaison des six facettes de personnalité. On oublierait alors ce que l'autre a d'unique, du fait de son histoire individuelle, de sa culture, etc. et aussi ce qu'il présente toujours d'imprévisible par le jeu mystérieux de sa liberté. Sagement, Bruno Dusollier nous met d'ailleurs en garde : « un modèle n'est qu'un modèle... ».

Écartons ces perspectives réductrices et venons-en à présent à une difficulté d'utilisation du modèle Process Communication® peu explorée jusqu'à présent. Il arrive en effet, même lorsqu'un diagnostic est pertinent, qu'un client présente des facettes contradictoires de personnalité. Il nous décrit des comportements aux antipodes l'un de l'autre et nous parle de conflits psychologiques internes, comme s'il était tiraillé entre deux tendances apparemment opposées et incompatibles.

C'est ici que le livre de Bruno Dusollier apporte un éclairage singulier qui s'avérera précieux pour tous les professionnels de la relation d'aide utilisant la Process Communication® et pour les lecteurs qui souhaitent mieux se connaître. Grâce aux concepts de « base » et de « phase » de personnalité du modèle, et en explorant systématiquement la façon dont celles-ci se conjuguent, nous apprenons comment une même personne peut vivre avec de telles facettes parfois si différentes, complémentaires ou conflictuelles.

(Anticipons sur le livre avec une image simpliste. La « base », c'est comme le logis d'enfance de notre psychisme dont on se rappellerait tous les recoins, tandis que la « phase » serait le logement où l'on a envie d'habiter maintenant).

Si l'on compte bien, six facettes de personnalité pour la « base » et six autres pour la « phase » donnent quinze combinaisons, quinze « couples ». Tel est le propos de Bruno Dusollier qui, après avoir rappelé les fondements de la Process Communication®, explore ensuite de façon méthodique chacun des « couples de personnalités » qui peuvent coexister au sein d'une même personnalité. Il nous décrit les points forts de ces bipolarités et explicite les mécanismes par lesquels elles peuvent mener à des échecs prévisibles.

Cette étude nous livre ainsi de précieuses clefs pour éviter les « scènes de ménage » et parvenir à une « harmonie conjugale » chez une même personne.

Puisse ce livre aider les professionnels de la relation à mieux accompagner leurs clients et permettre à tous les lecteurs de mieux se connaître.

François DELIVRÉ¹

1. Auteur de : *Le Métier de coach*, Éditions d'Organisation, 2^e éd., 2004 ; *Le Pouvoir de négocié*, InterEditions, 2005.