

## TITRE DE L'ACTIVITÉ

« COMPRENDRE LA PERSONNALITÉ ET SES IMPLICATIONS À LA LUMIÈRE DE LA THÉORIE DES TYPES PSYCHOLOGIQUES DE C.G. JUNG »

## PROBLÉMATIQUE

Il arrive que des clients rapportent vivre des conflits, des difficultés à communiquer avec certaines personnes, à s'adapter à un environnement socioprofessionnel ou à trouver satisfaction dans un emploi. Ils ne comprennent pas toujours ce qui se passe. Parfois, ils pensent être « le problème » et s'en attribuent, à tort, la responsabilité.

## BESOIN

Les psychologues et psychothérapeutes gagnent à offrir à leurs clients une grille d'analyse simple et concrète leur permettant de comprendre leurs difficultés, et ce, à la lumière de différences – positives et non pathologiques – sur le plan de la personnalité.

## CLIENTÈLE

Cette formation s'adresse aux professionnels de la santé mentale.

## FORMATEUR



**Stéphane MIGNEAULT** est membre de l'Ordre des Psychologues du Québec depuis 2002. Il pratique la psychothérapie en bureau privé à Québec. Il est notamment spécialisé dans le traitement du stress post-traumatique. À plusieurs reprises, il a collaboré avec des PAE et des organismes (IVAC, CNESST et SAAQ). En 2001-2002, il a été initié à la théorie des

types psychologiques lors d'un stage de maîtrise de psychologie. Depuis, il s'en sert pour cerner la personnalité de ses clients; dans le cadre d'une psychopédagogie, il leur enseigne cette grille de lecture utile et éclairante. Depuis 2010, il donne de la formation à des professionnels de la santé mentale (psychologues, psychothérapeutes, médecins, etc.). À ce jour, près de 1500 professionnels de trois provinces canadiennes (Québec, Nouveau-Brunswick, Ontario) ont suivi l'une ou l'autre de ses formations.

## OBJECTIFS

- Cerner sa propre personnalité et celle de nos clients.
- Adapter sa façon de communiquer en fonction de la personnalité des clients.
- Expliquer aux clients leur mode de fonctionnement et leurs défis selon la perspective des types psychologiques.
- Fournir aux clients des stratégies leur permettant de mieux communiquer et travailler avec des types psychologiques différents du leur.
- Faire des liens entre son propre type psychologique et sa façon d'intervenir auprès des clients et clientes.

## CONTENU

### 1. Théorie des types psychologiques

- a. Pionniers dans le développement de cette théorie
  - i. Carl Gustav Jung (Beebe, 2006)
  - ii. Katharine Cook-Briggs et Isabelle Briggs-Myers (Myers & Myers, 1995)
- b. Terminologie de la théorie des types psychologiques : concepts clés
  - i. Préférence (Myers & Myers, 1995)
  - ii. Attitudes (Cauvin & Cailloux, 2019; Myers & Myers, 1995)
  - iii. Fonctions (Cauvin & Cailloux, 2019; Beebe, 2006)
  - iv. Type psychologique (Myers & Myers, 1995)
- c. Avantages d'une approche typologique (Cauvin & Cailloux, 2019)
- d. Utilisations contemporaines de la théorie des types psychologiques (Beebe, 2006; Cauvin & Cailloux, 2019; Hirsh et Kummerow, 1990)

### 2. Quatre dimensions du type psychologique et leurs implications

- a. Première dimension : direction de l'attention (Cauvin & Cailloux, 2019; Myers & Myers, 1995)
  - i. Les deux préférences : *introversion* et *extraversion*
    1. Définitions



2. Caractéristiques, tendances et besoins respectifs
    - ii. Le risque de perception réciproque négative
    - iii. Communiquer avec un *introverti* et avec un *extraverti*
  - b. Deuxième dimension : la façon de percevoir (Cauvin & Cailloux, 2019; Myers & Myers, 1995)
    - i. Les deux préférences : *sensation* et *intuition*
      1. Définitions
      2. Caractéristiques, tendances et besoins respectifs
    - ii. Le risque de perception réciproque négative
    - iii. Communiquer avec un *sensoriel* et avec un *intuitif*
  - c. Troisième dimension : la façon de prendre des décisions (Cauvin & Cailloux, 2019; Myers & Myers, 1995)
    - i. Les deux préférences : *pensée* et *sentiment*
      1. Définitions
      2. Caractéristiques, tendances et besoins respectifs
    - ii. Le risque de perception réciproque négative
    - iii. Communiquer avec le type *pensée* et avec le type *sentiment*
  - d. Quatrième dimension : le rapport au monde extérieur (Cauvin & Cailloux, 2019; Myers & Myers, 1995)
    - i. Les deux préférences : *jugement* et *perception*
      1. Définitions
      2. Caractéristiques, tendances et besoins respectifs
    - ii. Le risque de perception réciproque négative
    - iii. Communiquer avec une personne *jugement* et avec une personne *perception*
- 3. Implications du type psychologique du client**
- a. Dimensions du type psychologique associées au risque de conflits et de difficultés de communication (Myers & Myers, 1995)
  - b. Fonctionnement au travail (Cauvin et Cailloux, 2019; Myers & Myers, 1995)
    - i. Impacts lorsque le type psychologique est apparié à l'emploi
    - ii. Défis d'adaptation lorsque le type n'est pas apparié à l'emploi
  - c. Développer la capacité de résolution de problèmes : mobiliser les 4 fonctions psychiques (Hirsh & Kummerow, 1990; Cauvin & Cailloux, 2019; Myers, 1988)
    - i. Sensation
    - ii. Intuition

- iii. Pensée
  - iv. Sentiment
- d. Implications du type psychologique en psychothérapie
- i. Type psychologique et motivation en thérapie (Vilas, 1988)
  - ii. Type psychologique et préférence en matière d'approche de thérapie (Carskadon, 1977;1979)
  - iii. Dimension qui prédirait le succès de la TCC (Jinkerson et al., 2015)
- 4. Aperçu d'un outil psychométrique identifiant le type psychologique : le Myers-Briggs Type Indicator (MBTI®)**
- a. Ce qu'il mesure et ce qu'il ne mesure pas (Cauvin et Cailloux, 2019; Myers, 1988)
  - b. Ses qualités psychométriques (Schaubhut, Herk & Thompson, 2009)
    - i. Fidélité
      - 1. Cohérence interne
      - 2. Test-retest
    - ii. Validité
      - 1. Validité convergente
      - 2. Degré d'accord entre le type mesuré par le test et le type identifié par les sujets
      - 3. Validité de construit et analyse factorielle

#### **DURÉE DE L'ACTIVITÉ**

3 heures

#### **PRÉALABLE**

Aucun

#### **MÉTHODE OU STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE**

Exposé théorique avec présentation d'exemples cliniques. Exercice pratique. Exercice expérientiel.

#### **ATTESTATION**

Une attestation sera remise aux participant.e.s ayant complété la formation.

## **LISTE DE RÉFÉRENCES**

- Arain, A. A. (1968). *Relationships among counseling clients' personalities, expectations, and problems*. (Doctoral dissertation). Rutgers University, New Brunswick, NJ.
- Beebe, J. (2006). Psychological types. Dans R. K. Papadopoulos, *The handbook of jungian psychology : theory, practice et applications* (p. 130-152). Hove: Routledge.
- Carskadon, T. G. (1977). *Relationship of psychological type to therapy preferences and willingness to seek help*. Communication présentée au Second National Conference on the Uses of the Myers Briggs Type Indicator, East Lansing, Michigan.
- Carskadon, T. G. (1979). Clinical and counseling aspects of the Myers Briggs Type Indicator: a research review. *Research in Psychological Type*, 2, 2 31.
- Casas, E. (1990). *Les types psychologiques jungiens : Manuel et guide pour l'Indicateur de types psychologiques de Myers-Briggs*. Edmonton : Psychometrics Canada.
- Cauvin, P. et Cailloux, G. (2019). *Les types de personnalité MBTI et CCTI*. Paris : ESF sciences humaines.
- Hammer, A. L., et Yeakley, Jr., F. R. (1987). The relationship between "true type" and reported type. *Journal of Psychological Type*, 13, 52–55.
- Humbert, E. G. (1983). *Jung*. Paris: Éditions universitaires.
- Jacobi, J. (1950). *La psychologie de C.G. Jung*. Neuchâtel : Delachaux et Niestlé.
- Jinkerson, J., Masilla, A., Hawkins, R. C. (2015). Can Myers-Briggs dimensions predict therapy outcome? Differences in the Thinking-Feeling Function Pair in cognitive therapy for depression/ anxiety. *Research in psychotherapy: Psychopathology, process, and outcome*, 18 (1), p. 21-31.
- Jung, C. G. (1958). *Les types psychologiques*, 2<sup>e</sup> édition. Genève: Georg.
- Hirsh, S. K. (1994). *Session de consolidation d'équipe : guide du membre d'équipe (1990)*. Traduit de l'anglais par Marc Pelletier. Edmonton : Psychometrics Canada.
- Hirsh, S.K. et Kummerow, J. (1990). *Introduction aux types psychologiques dans l'organisation (1990)*. Traduit de l'anglais par G. Cailloux et P. Cauvin. Edmonton : Psychometrics Canada.
- Myers, I. B. (1962). *The Myers-Briggs Type Indicator*. Mountain View (CA): CPP, Inc.
- Myers, I. B. (1988). *Introduction aux types psychologiques (4<sup>e</sup> éd.)*. Traduit de l'anglais par Eduardo Casas. Edmonton : Psychometrics Canada.
- Myers, I. B. (1987). *Introduction to type*. Mountain View (CA): Consulting Psychologists Press.



perfectionnement.com  
FORMATION EN LIGNE

Myers, I. B., McCaulley, M. H., Quenk, N. L., & Hammer, A. L. (1998). *MBTI® manual*. Mountain View (CA): CPP, Inc.

Myers, I. B. et Myers, P. B. (1995). *Gifts Differing: Understanding Personality Type*. Mountain View (CA): Davies-Black Publishing.

Papadopoulous, R. K. (2006). *The handbook of jungian psychology : theory, practice et applications*. Hove: Routledge, 394 p.

Schaubhut, N. A., Herk, N. A. et Thompson, R. C. (2009). *MBTI® Form M: manual supplement*. Mountain View (CA): CPP, inc.: 1-18.

Vilas, R. C. (1988). Counseling outcome as related to MBTI client type, counselor type, and counselor client type similarity. *Dissertation Abstracts International*, p. 878-879. <http://search.proquest.com/docview/617798842?accountid=10868>. (617798842; 1990 52965 001).