

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^e 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^e 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.

Papadopoulos, 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).