

MBTI, l'échiquier des personnalités.

Par Franck Damée, septembre 2007
 fdc@conjugueursdetalents.com

Le MBTI, vous connaissez ? C'est l'indicateur de personnalité le plus utilisé au monde avec 2 millions de passations par an. Le Myers Briggs Type Indicator (MBTI) a été conçu par Katharine Cook Briggs et sa fille Isabel Briggs Myers à partir de la théorie des personnalités de Jung. C'est dans les années 30 que le psychiatre suisse *Carl Gustav Jung* développe son approche typologique des personnalités sur la base de sa pratique psychanalytique et d'observations historiques. Il met en évidence quatre fonctions psychologiques fondamentales (la pensée, le sentiment, la sensation, l'intuition) et deux façons de puiser de l'énergie (introversion, extraversion) L'idée centrale de sa théorie est que les variations de comportements des individus ne sont pas le fait du hasard mais qu'elles résultent de préférences spontanées concernant ces dimensions essentielles. Par exemple, une personne orientée « pensée » prendra le plus souvent et le plus facilement ses décisions de façon rationnelle, sur la base de critères impersonnels en négligeant le plan affectif. A l'inverse, une personne orientée « sentiment » prendra davantage en considération le plan affectif dans son mode décisionnel. Pour Jung, si l'on connaît les préférences des individus, on peut prévoir leurs comportements en tenant compte de l'environnement dans lequel ils évoluent.



Katharine Briggs et sa fille ont retravaillé la typologie jungienne en ajoutant une composante supplémentaire : le rapport à l'espace et au temps (ou style de vie) Le modèle MBTI repose ainsi sur quatre dimensions essentielles, caractérisées chacune par deux pôles opposés :

- L'orientation de l'énergie : **E**xtraversion / **I**ntroversion
- Les modes de perception : **S**ensation / **I**Ntuition
- Les critères de décision : Pensée (**T**hinking) / Sentiment (**F**eeling)
- Le style de vie : **J**ugement / **P**erception

La combinaison de ces préférences permet de définir 16 types psychologiques représentés dans un tableau croisé qui pourrait bien ressembler à un mini échiquier.

ISTJ	ISFJ	INFJ	INTJ
ISTP	ISFP	INFP	INTP
ESTP	ESFP	ENFP	ENTP
ESTJ	ESFJ	ENFJ	ENTJ

Aujourd'hui, le questionnaire de diagnostic MBTI est utilisé dans des cadres aussi divers que le bilan de compétences, le développement personnel, l'orientation professionnelle, l'évolution de carrière, la cohésion d'équipes, l'analyse des organisations, le coaching... Depuis sa première version en 1941, il a été traduit dans plus de 30 langues et a fait l'objet d'études de validation dans de nombreux pays. Ces dernières ont permis d'affiner les profils comportementaux pour chacun des 16 types, d'établir des correspondances avec des choix de métiers, etc. Aussi pertinent soit-il, l'indicateur MBTI reconnaît les limites communes à tout réducteur de complexité : la personnalité d'un individu est unique et trop subtile pour être enfermée toute entière dans l'une de ces seize cases. Ici, l'intérêt est avant tout de permettre à chacun d'approcher de façon simple la compréhension de son fonctionnement, de son comportement et donc de sa personnalité.

Dans ma pratique professionnelle, j'utilise régulièrement le MBTI comme outil support pour les bilans de compétences, le coaching individuel ou les sessions de team building. La passation de l'indicateur se déroule en général selon un scénario bien huilé : première information sur les fondements du MBTI, utilisation du questionnaire édité par OPP, auto positionnement du client après présentation des quatre dimensions, correction du questionnaire et comparaison avec l'auto positionnement, lecture et commentaire du (des) profil(s) retenu(s). Ce mode de passation peut sembler long mais il a l'avantage de placer le client au cœur de l'action en l'invitant à se questionner, à choisir, à argumenter ses positions. Car c'est bien lui qui décide en dernier ressort de son type. La passation affiche de plus des prétentions pédagogiques fortes puisqu'un temps important est dédié à la présentation de la typologie, des dimensions et des préférences. Il n'est pas question de faire du client un spécialiste du MBTI, mais bien de lui donner les clés pour qu'il accède à une compréhension globale du modèle typologique.

J'ai toujours beaucoup de curiosité et de plaisir à observer et écouter les réactions de mes clients lors de cette phase d'échange. Rapidement après la découverte de

leur propre type psychologique, ils s'intéressent souvent à rechercher de la cohérence dans leurs relations avec leur entourage. Il est ainsi fréquent qu'ils spéculent sur le type psychologique de leur conjoint, de leurs enfants, des collègues ou amis : « Mon fils est **P**, c'est certain, il fait systématiquement ses devoirs à la dernière minute... » « Si on s'écoutait avec mon mari, on sortirait tous les soirs faire la fête avec des amis. Pas question de cocooner à la maison, nous on est de vrais **E** ! » « Je comprends pourquoi j'éprouve des difficultés à travailler avec le responsable informatique, c'est probablement un **N-P**, il est toujours à faire des plans sur la comète mais il ne termine jamais ce qu'il entreprend... » Et les questions s'enchaînent ainsi : Nos types psychologiques sont-ils compatibles ? Comment travailler ensemble ? Que faire pour communiquer avec des types psychologiques différents ? Il y a quelques temps, une cliente m'a même apporté la restitution MBTI de son compagnon. Elle souhaitait découvrir son propre type psychologique pour savoir si les deux étaient bien en phase. Après la passation du questionnaire, nous avons longuement debriefé sur sa demande... Ce qui est instructif dans ces questionnements, c'est ce qu'ils révèlent de nous dans les différences ou ressemblances que nous cherchons à mettre en évidence... Ou à masquer.

Alors, êtes-vous fou, roi ou pion, tour, cavalier noir, reine blanche ? Finalement dans cet échiquier, ce n'est pas tant de savoir dans quelle case on se situe qui est intéressant, que d'aller rendre visite à ceux qui se trouvent dans les autres... Et se découvrir à travers eux ! Gandhi disait fort justement qu'on n'apprend jamais à se connaître soi-même par la méditation, mais bien par l'action.

Références bibliographiques et sites Internet :

- BRIGGS MYERS Isabel, *Introduction aux types psychologiques*, CPP, 6^{ème} édition 2001
- CAILLOUX Geneviève, CAUVIN Pierre, *Les types de personnalité*, ESF Editeur, 1994.
- http://fr.wikipedia.org/wiki/Myers_Briggs_Type_Indicator
- <http://www.cgjung.net/>
- <http://www.myersbriggs.org/>
- <http://www.opp.co.uk/be-f/MBTI.asp>

MBTI® et MYERS-BRIGGS TYPE INDICATOR® sont des marques déposées
MYERS-BRIGGS™ est une marque de Consulting Psychologists Press, Inc
OPP est l'éditeur du matériel MBTI pour l'Europe.

merci de n'utiliser ce texte qu'avec l'autorisation de l'auteur - Franck Damée © - fdc@conjugueursdetalents.com
conjugueursdetalents.com