



## FAIBILITE DU MBTI

### Comment la fidélité peut-elle être mesurée ?

La fidélité des questionnaires est mesurée par corrélation des résultats avec les autres outils psychométriques et d'intérêts.

1. La fidélité TEST RETEST : Il s'agit de mesurer si le questionnaire est constant d'une passation à l'autre. On demande à un groupe de personne représentatif de remplir le questionnaire une première fois puis de le repasser après un laps de temps approprié. On espère ainsi avoir une corrélation élevée (même résultat).
2. La fidélité par constance interne : il s'agit de s'assurer que toutes les questions d'une seule dimension mesurent une seule et même chose.

L'explication de la fidélité avec l'exemple de « la machine à popcorn »

### Test-restes

Si on teste la fidélité d'une machine à popcorn, on doit tester le popcorn qu'elle produit au Temps 1 et au Temps 2 pour voir si la machine produit de façon constante le même popcorn (en nombre et en taille) sur la durée.

### Constance interne

On peut aussi tester si le popcorn d'un même paquet est le même :

La fidélité split-half : diviser le paquet en deux et vérifier que la première moitié du paquet est la même que la deuxième OU Le coefficient alpha : vérifier que chaque popcorn isolé est cohérent avec tous les popcorns du paquet.

### Quelle preuve a-t-on de la fidélité de l'indicateur MBTI ?

On dispose de bonnes preuves de fidélité par constance interne pour toutes les versions européennes de l'indicateur MBTI, avec des valeurs au-dessus de la **norme de 0,7**.



Version linguistique du MBTI	E-I	S - N	T - F	J - P
Danois (n=13,561)	0,84	0.82	0.74	0.81
Néerlandais (n=13,430)	0,85	0.77	0.80	0.83
Anglais (Européen) (n=167,824)	0,85	0.82	0.81	0.83
Finnois (n=665)	0,86	0.78	0.78	0.80
Français (n=8,038)	0,84	0.79	0.75	0.80
Allemand (n=11,515)	0,83	0.72	0.77	0.79
Italien (=1,987)	0,81	0.75	0.74	0.78
Norvégien (n=915)	0,84	0.80	0.72	0.80
Polonais (n=271)	0,86	0.77	0.82	0.80
Russe (n=201)	0,77	0.71	0.76	0.80
Espagnol (n=1,527)	0,83	0.79	0.73	0.79
Suédois (n=1,817)	0,82	0.72	0.76	0.79
Point médian	0,84	0.78	0.76	0.80

### COEFFICIENT ALPHA DU MBTI



## **Qu'est-ce que la validité ?**

La validité permet de vérifier si le questionnaire mesure ce qu'il prétend mesurer. Pour que les indicateurs soient valides, les résultats des questionnaires doivent, la plupart du temps, correspondre au type validé des personnes. La question clef concernant la validité est de savoir si « le questionnaire mesure ce qu'il est censé mesurer »

## **Quelle est la différence entre fidélité et validité ?**

La fidélité permet de vérifier si le questionnaire est cohérent en soi. La validité cherche à savoir si, en plus, le questionnaire mesure ce qu'il est censé mesurer.

Un questionnaire peut être fidèle, mais pas valide. Par exemple, il se peut qu'on ait un outil de mesure de la rigueur administrative très cohérent, ayant une fidélité de 0,8 ; il aurait toutefois une validité de zéro si on l'utilisait pour sélectionner pilotes de course automobile. D'un autre côté, si un questionnaire n'est pas fidèle, il ne peut pas être valide ; s'il ne mesure pas quelque chose de façon cohérente, on ne peut pas s'attendre à ce que les scores du questionnaire corrélerent avec une quelconque donnée externe. En d'autres termes la fidélité est nécessaire, mais pas suffisant pour la validité.

Les scores sur la première moitié du questionnaire sont calculés puis corrélés avec les scores de la seconde moitié. On espère ainsi obtenir une corrélation élevée.

La fragilité de la fidélité split-half est de savoir comment couper le questionnaire en deux pour obtenir un bon résultat. D'autres méthodes plus élaborées pour calculer la constance interne, telles que le coefficient alpha, donnent en réalité le même résultat que la méthode split-half appliquée à plusieurs reprises : le questionnaire étant divisé en deux dans tous les sens possibles en calculant à chaque fois la moyenne.

Quelle que soit la méthode qu'on utilise, on espère obtenir une corrélation d'au moins 0.7 même si 0.6 est acceptable.

## **Comment la validité peut-elle mesurée ?**

Il y a plusieurs types de validité, chacun s'intéressant à différents aspects de pertinence du questionnaire dans la pratique.



- La validité apparente mesure le degré selon lequel le questionnaire semble mesurer ce qu'il prétend mesurer. Cet aspect n'est important que dans la mesure où il peut influencer l'aptitude des participants lors de la passation du questionnaire.
- La validité de contenu permet de vérifier à quel point le contenu du questionnaire est pertinent pour mesurer ce qu'il prétend mesurer. Pour le MBTI, ce type de validité dépend de la pertinence des questions et de leur capacité à couvrir l'ensemble du domaine qu'ils étudient. Ainsi, si un questionnaire avait été conçu pour déterminer les préférences jungiennes de chacun, mais qu'il ne comprenait que des questions sur la dimension Pensée-Sentiment, il aurait alors une mauvaise validité de contenu.
- La validité de construction permet de vérifier à quel point le questionnaire est approprié pour mesurer des aspects psychologique tels que décrits par Carl Jung ? ». Le MBTI étant fondé sur la théorie de ce dernier, cette validité est la plus importante à rechercher. Toute étude où l'on émet des hypothèses sur la base de la théorie des types, pour les tester ensuite en faisant passer le questionnaire MBTI, construire un exemple de validité de construction.
- La validité critérielle évalue à quel point les scores du questionnaire sont corrélés avec un critère externe ; par exemple, on pourrait comparer les scores obtenus par les personnes de préférence Extraversion et Introversion à leurs scores avec un outil mesurant le mode d'apprentissage actif ou réfléchi. La validité critérielle peut être considérée comme un autre moyen d'étudier la validité de construction. Dans le cadre d'une étude de validité de construction, on pourrait faire l'hypothèse des différences de comportement d'un type à l'autre dans une situation donnée, puis on testerait cette hypothèse dans le cadre d'une étude de validité critérielle.

### **Quelle preuve a-t-on de la validité de l'indicateur MBTI ?**

Il existe un nombre très important d'études qui démontrent la validité de l'outil MBTI. A chaque fois que des chercheurs font une hypothèse, à partir d'une théorie, puis qu'ils la testent sur le terrain, ils font une étude de validité.



Le point de départ essentiel est de formuler une hypothèse claire. Sans cela, on peut faire des recherches et même obtenir des résultats intéressants, mais il ne s'agira pas d'une étude de validité. Par exemple, des recherches ont été menées pour déterminer quels types psychologiques avaient tendance à être inattentifs à leurs conjoints ; idée intéressante certes, mais ça n'est pas un domaine dans lequel la théorie typologique permet de formuler des prédictions claires. Il existe des milliers d'études qui pourraient entrer dans le domaine de la recherche en validité de construction, il est important de revenir aux études de validation de base.

Vous pourriez vous demander ?

- **Les gens sont-ils d'accord avec leur type apparent ?** La théorie des types affirme que chacun est le meilleur juge de son propre type. De toute évidence, une question fondamentale au sujet de la validité est savoir si les personnes sont d'accord avec leur type tel qu'il ressort du questionnaire ?
- **L'image que renvoie une personne d'un type donné, est-elle cohérente avec la description de ce type par la théorie ?** De même, nous nous attendons à ce que le type psychologique ait un certain rapport avec la façon dont les gens sont perçus et décrits par les autres...

**Des études types validées :** Ces études mesurent à quel point le type apparent correspond au type que la personne choisit comme étant son type validé.

**Le type permet-il de prédire un comportement ?** Bien que le type psychologique d'une personne ne puisse déterminer de manière certaine sa manière de se comporter, nous nous attendons néanmoins à observer une certaine relation entre type et comportement extérieur, en comparant des groupes de personnes d'une préférence donnée à des groupes de personnes d'une préférence opposée.

**T.TEST :** Cette technique statistique nous permet d'étudier s'il y'a des différences de comportement entre différents groupes. Par exemple, y'a-t-il des différences de degré de sociabilité entre les extravertis et les introvertis.

**Le MBTI se corrèle-t-il comme on pourrait s'y attendre avec d'autres outils psychométriques ?** Nous pouvons faire des prédictions sur la corrélation entre les dimensions MBTI et les scores obtenus avec d'autres questionnaires de personnalité



scientifique ait un certain rapport avec la façon dont les gens sont perçus et décrits par les autres...

**Corrélation :** On utilise cette technique statistique dans la validité pour étudier les relations entre le MBTI et d'autres questionnaires de personnalité, tels que les outils par trait et le modèle des « Big Five ».

**Les individus ont-ils tendance à être attirés par certaines professions ou au contraire à en éviter d'autres en fonction de leur type ?** La théorie des types prévoit que certains types psychologiques sont plus attirés par certaines fonctions professions, et auront tendance à en éviter d'autres. Nous pouvons voir dans quelle mesure cela se confirme dans la pratique.

**Coefficient d'auto sélection :** Cette méthode statistique permet de voir si certains types sont sur représentés ou sous représentés dans certains métiers ou postes comme par exemple parmi les managers ou les pilotes d'avion.

### **Qu'est-ce que la significativité statistique ?**

Lorsque nous analysons les résultats des études de validité, nous avons besoin de moyen pour vérifier le bien fondé des prédictions.

En effet, parfois ce qui semble être une tendance prometteuse n'est, en fait, que le fruit du hasard.

La significativité statistique est une façon d'analyser les données, pour vérifier si les effets identifiés ont des chances d'être reproductibles et généralisables, ou s'ils ne sont en fait que le fruit du hasard.

Le résultat de ces calculs est souvent exprimé une, deux ou trois étoiles à côté du résultat.

\* : Seuil de significativité à 5% : le résultat accompagné d'une seule étoile signifie que la probabilité que le résultat soit purement aléatoire est inférieur à 5 % donc on peut être sûr à 95 % que le résultat est un vrai effet.

\*\* : Seuil de significativité à 1 % : Deux étoiles indiquent que la probabilité que le résultat soit purement aléatoire est inférieur à 1% donc on peut être sûr à 99% que le résultat est un vrai effet.



\*\*\* : Seuil de significativité à 0.1 % : Trois étoiles indiquent que la probabilité que le résultat soit purement aléatoire est inférieur à 0.1 % , soit on peut être sûr à 99.9 % que ce résultat est un vrai effet.