

## **Définition d'une image projective :**

Un **test projectif** est un outil d'évaluation psychologique qui exploite les réponses spontanées produites par la personne soumise à des stimulus souvent ambigus, le principe étant que ces réponses indiquent tel ou tel mécanisme inconscient ou certains traits de personnalité du sujet. On oppose en général ce type de tests aux méthodes dites *objectives* dans lesquelles les réponses retenues font partie d'un ensemble de possibilités soigneusement prédéterminées (par exemple, un questionnaire à choix multiples) et synthétisées sans intervention humaine essentielle (analyse automatisée et résultats numériques) et qui prétendent donc à un certain degré d'objectivité.

C'est une technique d'étude qui découle de la "découverte" de la projection. Toute perception met en jeu deux éléments, l'objet perçu et l'objet percevant. Plus l'objet est clair et précis, moins la personne est impliquée dans la perception et inversement.

Il est donc possible d'amener un sujet à s'engager au maximum dans un test en lui présentant des stimuli flous ou ambigus. En donnant un sens à une tâche d'encre, à une image incertaine, à un bruit équivoque, l'individu exprime la structure même de sa personnalité. C'est dans ce processus consistant à donner un sens à un stimulus faiblement porteur d'information qu'intervient la projection; l'information donnée par le sujet qui projette ses désirs, tendances, craintes, sentiments, ne tient pas à l'objet, mais bel et bien au sujet lui-même.

## **Pourquoi utiliser des images projectives abstraites en milieu de travail ?**

Parce que l'utilisation d'images projectives abstraites sert de terrain virtuel de rencontre et procure un système de représentation afin d'entrer rapidement en relation avec ses collègues dans une équipe de travail .

Avec le télétravail et la durée maximal de 5 ans d'engagement d'un employé dans une entreprise, la notion d'équipes de travail se transforme énormément. Ajoutez à cela des effectifs multiculturels et une différence marquée entre des générations ayant moins de 10 ans d'écart et c'est toute la façon de s'impliquer en entreprise qui demande d'être révisée.

L'engagement, dans un milieu de travail, débute souvent par la fierté de travailler pour une marque schématisé par un logo. On le voit de plus en plus dans la publicité télé visuelle où les employés sont fier de travailler pour Tim Horton, Ford, Wall Mart, etc. Après, par le biais d'autres images, le choix d'un nom d'utilisateur et de plusieurs numéros d'identification, chacun devra coder et préciser

son identité à l'intérieur de la «boîte». Les multiples interfaces, codes, logos et images de commerce font parti de l'esprit du groupe et, par conséquent, d'un jeu quotidien de projection personnelle pour raffiner se sentiment d'appartenance au travail.

Cette pratique de «jouer» mentalement avec des images associées à l'entreprise a pour but de rappeler une façon de travailler en équipe et même une façon de penser. Ces dénominateurs communs visuels sont des cadres projectifs faciles à intégrer pour tous les employés. Il y a ainsi des images qui peuvent être choisies expressément pour aider à mieux définir la personne dans son environnement de travail, mais il y a également des images qui permettent de rendre accessibles les débats d'idées afin d'impliquer les employés dans la réalisation d'objectifs commerciaux à long terme comme le thermomètre de la campagne de financement de Centraide.

L'exercice de projection, avec des images abstraites, met en place un terrain virtuel de rencontre pour autant modifier des comportements liés à de nouvelles structures de travail que préciser un esprit d'équipe. L'image projective procure une première trame visuelle afin de résumer, par l'image, des notions aussi complexe que l'engagement et le sentiment d'appartenance à un groupe de travail.

*Michel Delage*