



Relația dintre factorii de personalitate și interesele, valorile profesionale la vârsta adolescentă

Racu Igor, doctor habilitat în psihologie, profesor universitar

Buzdugan Marcela, licențiată în psihopedagogie

Summary

This article is addressed correlation personality factors interests, professional values teenager. They studied experimentally on a sample of 60 adolescents as currently occurs professional self-determination process, which certifies that specific links between a certain type of personality and career choices of young people.

Key words: personality, professional interests, development, professional values

Rezumat

În acest articol este abordată problema corelației factorilor de personalitate cu interesele, valorile profesionale la vârsta adolescentă. Sunt studiate experimental pe un eșantion de 60 de adolescenți cum în prezent are loc procesul de autodeterminare profesională, care este specificul legăturilor ce se atestă dintre un anumit tip de personalitate și opțiunile profesionale ale adolescenților.

Cuvinte-cheie: personalitate, interese profesionale, dezvoltare, valori profesionale.

Cercetarea prezintă analiza și studierea particularităților de personalitate și a intereselor profesionale pe care acestea le determină.

Abordată ca și concept, personalitatea este cel mai complex obiect de studiu al psihologiei. Acest concept înglobează aproape toată psihologia deoarece nu există teorie care să nu se raporteze, într-o măsură mai mare sau mai mică la conceptul de personalitate. Din punct de vedere teoretic, personalitatea este cadrul de referință fundamental pentru definirea sensului și valorii explicative ale multor noțiuni psihologice.

Din punct de vedere practic, personalitatea este cea mai complexă realitate umană cu care intrăm în contact.

Odată ce personalitatea a devenit un domeniu de cercetare psihologică, definirea ei a suscitat mari controverse. În 1931, Gordon W. Allport a selectat peste 50 de definiții găsite în literatura de specialitate; în 1950, McClelland inventaria nu mai puțin de 100 formulări diferite, iar la începutul anilor '90, numărul acestora depășea 150.

Deși până acum nu a fost acceptată o definiție unică a personalității, majoritatea psihologilor sunt de acord asupra unor considerații generale:

- personalitatea este o entitate bio-psiho-socio-culturală, realizată prin indivizi vii, concreți. Specificul uman aparține biologicului. Omul dispune de un potențial uman nativ care este realizat și valorificat treptat prin socializare;
- personalitatea este purtătoarea și executoarea funcțiilor epistemice, pragmatice și axiologice, adică ființa umană este cea care cunoaște, acționează și valorizează, transformând pe această bază lumea și pe sine însăși;

- personalitatea este produsul și producătoarea de împrejurări de medii, ambianțe și situații sociale; omul asimilează dar și creează împrejurările, le dirijează și le stăpânește, le modifică atunci când acestea nu mai corespund nevoilor sau aspirațiilor sale;
- personalitatea se construiește și se formează treptat începând cu momentul nașterii (sau chiar înainte de acest moment), cristalizarea și dezvoltarea diverselor ei componente fiind un proces continuu de-a lungul vieții individului;
- personalitatea nu este un simplu aspect al vieții psihice a omului ci este o totalitate de componente diverse și complexe; ca urmare, cunoașterea deplină a acestei realități psihologice este o sarcină extrem de dificilă.

Multitudinea de definiții ce există la ora actuală nu înseamnă neapărat lipsa unui consens, ci mai degrabă încercarea de a acoperi toate aspectele ce țin de această structură bio-psiho-socio-culturală.

Scopul cercetării noastre constă în studierea relației de interdependență dintre factorii de personalitate și interesele, valorile profesionale la adolescenți.

Ipoteza generală de la care am plecat în această cercetare este următoarea: Particularitățile de personalitate ale unei persoane determină tipul de interese profesionale pe care le manifestă.

Metodele empirice utilizate sunt: Inventarul de personalitate MBTI (Myers Briggs Type Indicator); Chestionarul de interese Holland (SDS-Holland / Holland Self-Directed Search); Chestionarul de delimitare a intereselor profesionale (E. A. Klimov); Chestionarul pentru identificarea valorilor profesionale (D. E. Super).

Prezentarea eșantionului

Studiul a fost realizat pe un număr de 60 de subiecți, elevi ai claselor XII-ea. Sub aspectul variabilei gen, constatăm din figura nr. 1 că un număr de 38 de subiecți sunt fete (63,3%) iar 22 de subiecți sunt băieți (36,7%).

Tabelul 1 Prezentarea structurii eșantionului

Eșantionul	Frecvența	Procent	Fete (63,3%)	Procent	Băieți (36,7%)	Procent
Profilul real	20	33,33	12	31,6	8	36,4
Profilul uman	40	66,67	26	68,4	14	63,6
Total	60	100	38	100	22	100

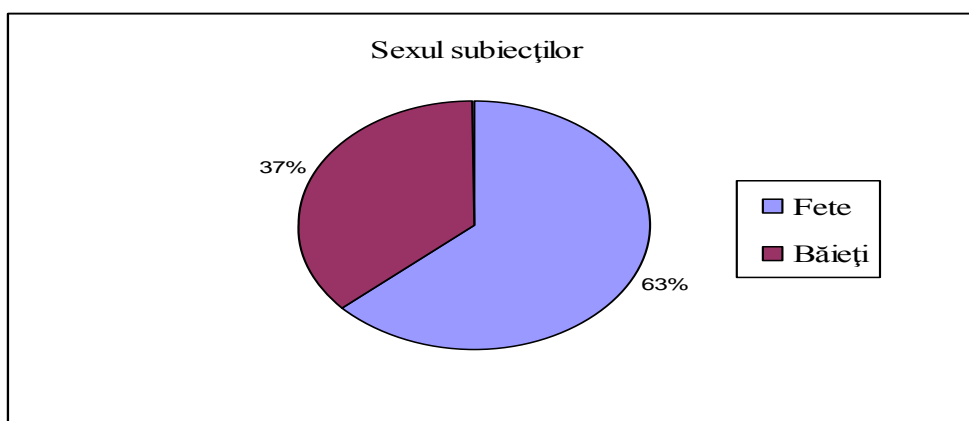


Figura nr.1 Distribuția subiecților în funcție de variabila gen

În dependență de profilul academic pe care îl urmează (figura nr. 2), subiecții se repartizează în felul următor: 40 de adolescenți urmează profilul uman (67%), iar 20 - profilul real (33%).

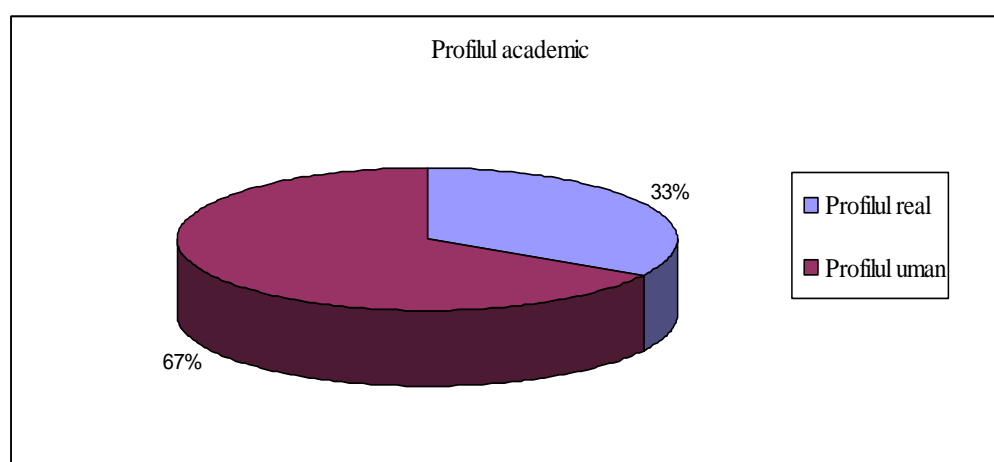


Figura nr. 2. Distribuția subiecților în funcție de variabila profil academic

Din punct de vedere al variabilei vârsta, subiecți studiați au o vârstă cuprinsă între 18 și 19 ani.

Instrumentele diagnostice administrate

În scopul cercetării factorilor de personalitate la adolescenți a fost aplicat *Inventarul de personalitate MBTI (Myers Briggs Type Indicator)*.

Testul este elaborat de către Katherine Cook Briggs împreună cu fiica ei Isabel Briggs Myers în urma lecturării cărții lui Carl Jung „Psychological types” (1921).

Myers și Briggs împart personalitatea în 4 dimensiuni:

1. energizare: de unde îți iei energia?
2. participare: la ce ești atent?
3. decizie: cum decizi?
4. trai: modul de viață pe care-l preferi

Pentru fiecare dimensiune sunt două preferințe:

Energizare:

- a. extroversie (E) – îți tragi energia din lumea externă, din activități, oameni, lucruri;

b. introversie (I) – îți tragi energia din lumea internă, idei, emoții, impresii;

Participare:

a. simțuri (S) – îți folosești simțurile pentru a observa ce e real;

b. intuiție (N) – îți folosești imaginația pentru a intui ce e posibil;

Decizie:

a. gândire (T) – organizezi și structurezi informația pentru a decide într-un mod logic, obiectiv;

b. emoții (F) – organizezi și structurezi informația pentru a decide într-un mod personal, orientat pe valori;

Trai:

a. judecată (J) – preferi să duci o viață organizată, planificată;

b. percepție (P) – preferi să trăiești o viață spontană și flexibilă;

Scopul testului MBTI este de a identifica preferințele pe care le au oamenii astfel încât rezultatul celor 4 dimensiuni să ofere o tipologie ușor identificabilă.

Astfel MBTI (Myers Briggs Type Indicator), este un test psihologic care clasifică oamenii în 16 tipare

În scopul diagnosticului intereselor profesionale am utilizat *Chestionarul de interese Holland* (SDS-Holland / Holland Self-Directed Search) .

Testul a fost elaborat de *John L. Holland* care a identificat în structura personalității șase moduri specifice de orientare profesională:

1. Tipul **realist** (motor) – îi plac activitățile care impun forță fizică; este agresiv; are o organizare motorie foarte bună; nu are deprinderi verbale și interpersonale; este nesociabil; preferă să rezolve probleme concrete, și nu abstracte; are ingeniozitate tehnică și spirit practic; îi place să petreacă timp în aer liber; îi place să construiască și să repare.

2. Tipul **intelectual** (investigativ) – este orientat în sarcină, gândește problemele; încearcă să înțeleagă și să organizeze lumea; îi plac sarcinile ambigue; este orientat spre abstract; îi displac activitățile persuasive, sociale și repetitive; are abilități matematice, științifice; este analitic și curios; nu îi plac regulile; nu lucrează în echipă; este original și creativ.

3. Tipul **artistic** (estetic) – preferă relaționarea personală indirectă printr-o autoexprimare proprie mediului artistic; îi displac activitățile ordonate, administrative, sistematizate, de afaceri; imaginativ, creativ, sensibil; preferă să lucreze singur.

4. Tipul **social** (de susținere) – alege roluri de predare și terapeutice; îi plac lucrurile sigure; are deprinderi verbale și interpersonale; sociabil; îi displac activitățile manuale și tehnice care presupun utilizarea unor materiale; îi place să i se acorde atenție; este cooperant și generos.

5. Tipul **întreprinzător** (persuasiv) – preferă utilizarea deprinderilor verbale, achiziționează competențe de lider, de persuasiune, de relaționare interpersonală; preferă lucrul în echipă; are dorința de putere, de statut social; este entuziast și încrezător în sine.

6. Tipul **convențional** (conformist) – alege roluri de subordonat; își realizează rolurile prin conformism; loial puterii; are respect față de reguli, preferă activitățile care solicită manipularea ordonată, sistematizarea datelor, informațiilor; are abilități de secretariat, matematice; atent la detalii.

Un alt test pentru identificarea intereselor profesionale utilizat de noi este *Chestionarul de delimitare a intereselor profesionale (E. A. Klimov)*. Psihologul rus a elaborat una din cele mai cunoscute clasificări a profesiilor. Prezentul chestionar vizează cinci direcții de interese profesionale, proiectate conform tipurilor de profesii clasificate de E. A. Klimov:

- 1) om-natură;
- 2) om-tehnică;
- 3) om-om;
- 4) om-semn grafic;
- 5) om-imagie artistică.

Chestionarul pentru identificarea valorilor profesionale (D. E. Super) a fost administrat pentru identificarea valorilor pe care adolescenții le caută în cadrul viitoarei lor profesii.

Prezentul chestionar ajută adolescenții să determine corespunderea/necorespunderea dintre profesia la care s-au gândit și valorile acestora. Chestionarul cuprinde 15 factori, după cum urmează:

1. Altruism - profesii care vizează lucrul cu oamenii și contribuie la ameliorarea vieții acestora: medicină, relații umane, asistență socială, învățământ etc.
2. Simț estetic - profesii care permit realizarea unor obiecte de artă, artizanat etc.
3. Creativitate - activități care permit crearea unor noi produse, aplicarea noilor idei profesii tehnice, științifice, literare, organizatorice etc.
4. Stimulare intelectuală - activități care oferă posibilitatea de a învăța ceva nou și solicită o gândire independentă, reflecții abstracte;
5. Reușita obiectuală (obiectivă) - munci cu caracter executiv, finalizate prin produse concrete;
6. Independentă - ocupații care permit persoanei să lucreze după propriul ei ritm și să aplice noile idei, concepții;
7. Prestigiu - ocupații cu un statut social ridicat care conferă importantă și impun respect;
8. Conducere - profesii care oferă posibilitatea de a planifica și organiza munca altora;
9. Avantaje materiale - valoare asociată unor munci cu remunerare mai avantajoasă, tendința de orientare după câștiguri materiale;
10. Siguranță - valoare asociată unor profesii care prezintă certitudinea menținerii lor, asigurarea aceluiași tip de muncă și garantarea veniturilor materiale;
11. Ambianța muncii - ocupații în condiții bune de muncă;
12. Relații cu superiorii - alegerea locului de muncă în conformitate cu cadrele de conducere din domeniul respectiv;
13. Relații cu colegii de muncă - alegerea locului de muncă după criteriul unor relații bune în colectivul de muncă;
14. Modul de viață pe care îl implică profesia - valori asociate unei așa activități care permite a duce un mod de viață corespunzător aspirațiilor persoanei respective;
15. Varietate - profesii care permit diverse activități variate, irepetabile, orientate spre satisfacții personale.

Prezentarea rezultatelor

În baza Inventarului de personalitate MBTI a fost elaborat tabelul de frecvență (rezultatele le prezentăm în figura nr.3. Tipurile de personalitate cu cea mai înaltă frecvență sunt ENFP (extraversiune-intuiție-afectivitate-percepție) - 15%, ISTP(introvesrsiune-senzație-gândire-percepție) - 13,3% și ESFP (extraversiune-senzație-afectivitate-percepție) - 10%.

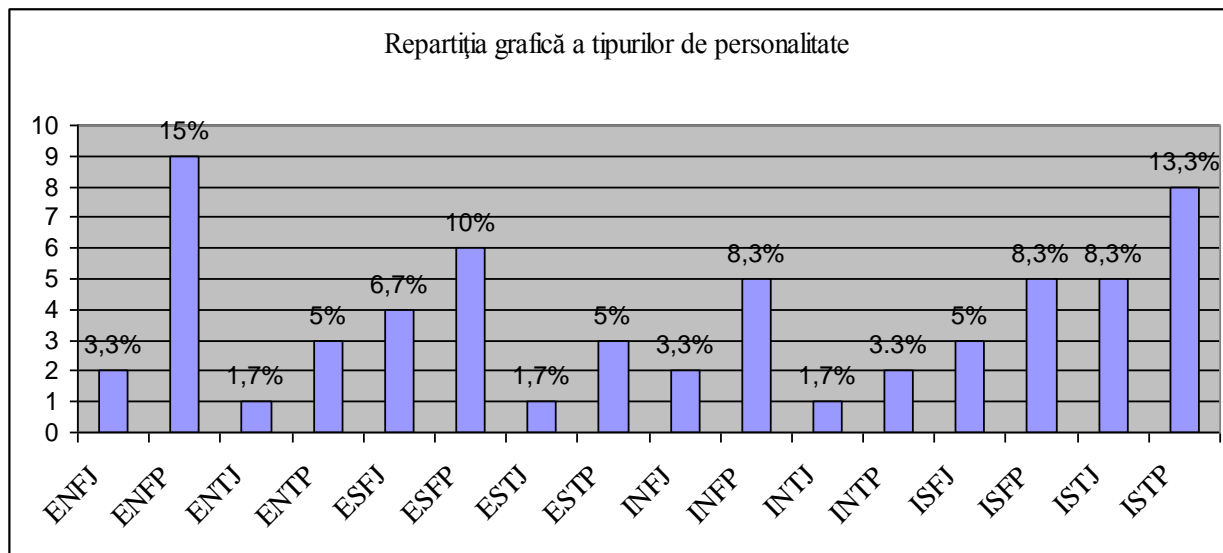


Figura nr. 3. Reprezentarea grafică a rezultatelor Inventarului de personalitate MBTI

Modurile de orientare profesională sunt prezentate în figura nr.4.: tipul convențional - 18 subiecți (30%), tipul întreprinzător - 15 subiecți (25%), tipul social-14 subiecți (23,3%), tipul artistic-7 subiecți (11,7%), tipul investigativ-5 subiecți (8,3%), tipul realist-1 subiect (1,7%).

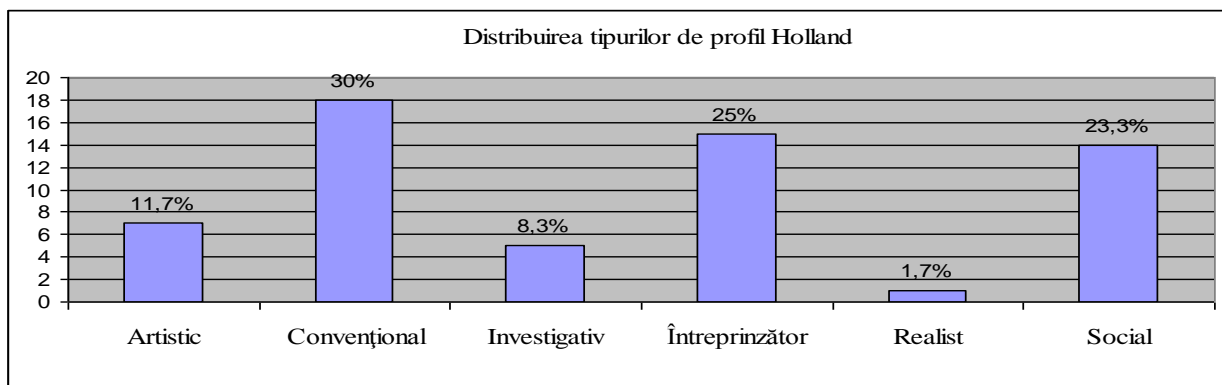


Figura 4. Reprezentarea grafică a rezultatelor Chestionarului de interese (Holland)

Rezultatele Chestionarului de delimitare a intereselor profesionale sunt prezentate în figura nr. 5. Cel mai mare număr de adolescenți se regăsesc în cadrul direcției de interes profesional „om-om” – 20 subiecți (33,3%), apoi urmează direcția „om-semn grafic” cu 14 subiecți (23,3%), după care avem direcția „om- imagine artistică” cu 13 subiecți (21,7%) , „om-tehnică” cu 7 subiecți (11,7%) și „om-natură” - 6 subiecți (10%) .

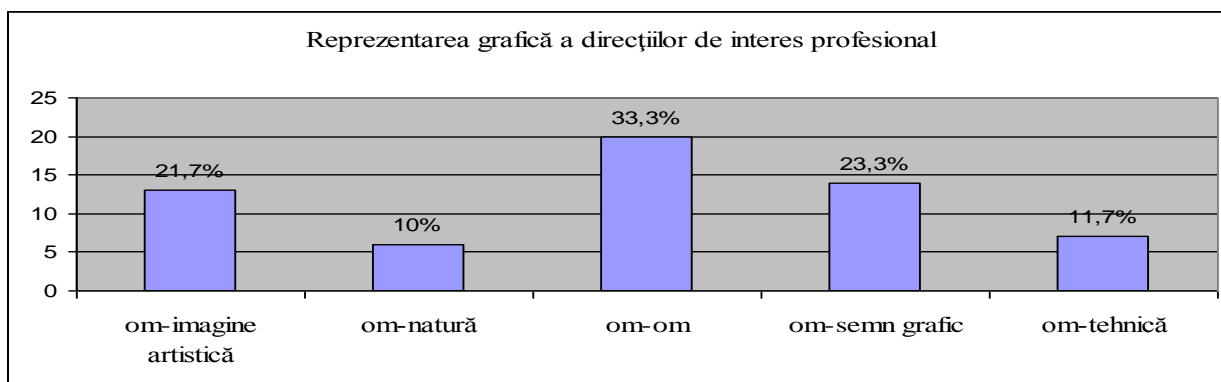
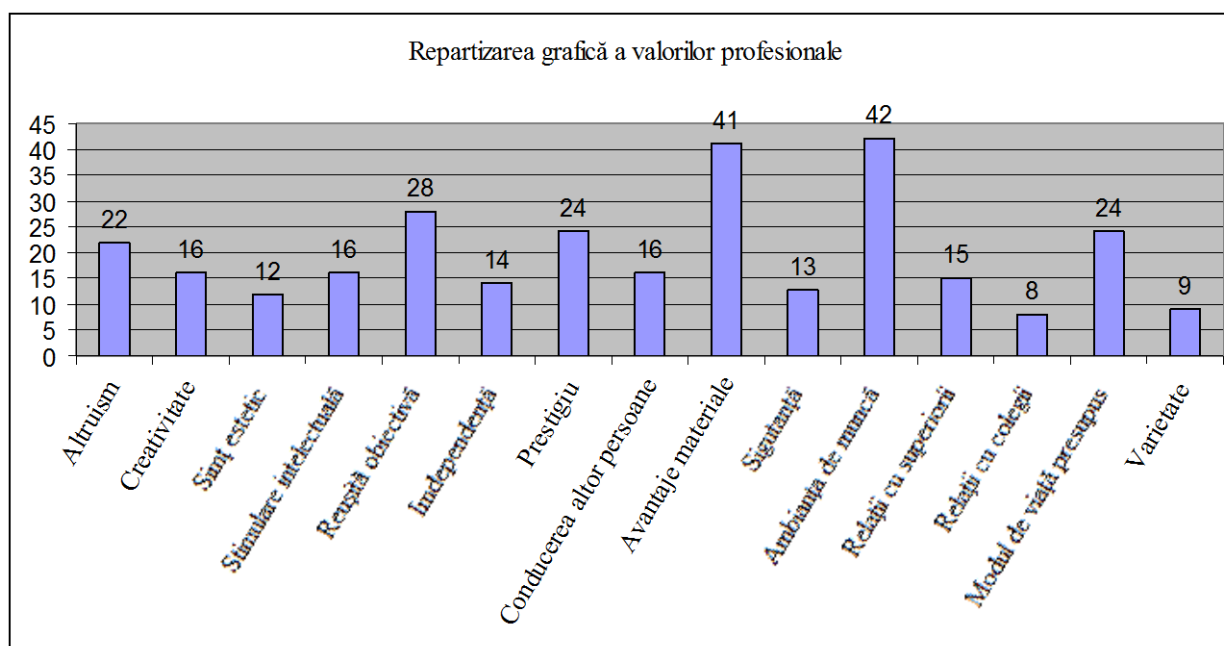


Figura nr.5. Reprezentarea grafică a rezultatelor Chestionarului de delimitare a intereselor profesionale (Klimov)

Rezultatele obținute la Chestionarul pentru identificarea valorilor profesionale sunt prezentate în figura nr. 6. Din aceasta figură observăm că valorile profesionale cele mai căutate/apreciate de adolescenți sunt: „ambianța de muncă” care reprezintă o valoare profesională pentru 42 subiecți; urmează „avantajele materiale” apreciate de 41 de subiecți; „reuşita obiectivă” pe care pun accentul 28 de subiecți; „prestigiul” apreciat de 24 subiecți și „modul de viață presupus de profesie” în favoarea căruia au optat 24 de subiecți.



*Pentru fiecare subiect s-au introdus primele 5 valori profesionale cu cel mai mare punctaj

Figura nr. 6. Reprezentarea grafică a rezultatelor Chestionarului pentru identificarea valorilor profesionale (Super)

Analiza și prelucrarea datelor s-a realizat în baza programului computerizat Limbajul R versiunea 3.0.3, în care s-a procedat la definirea variabilelor, introducerea datelor și apoi prelucrarea acestora prin analiza distribuțiilor și stabilirea relațiilor existente între variabile pentru a putea mai apoi verifica ipotezele cercetării.

Prelucrarea datelor în statistica descriptivă s-a efectuat pentru rezultatele fiecărui test în parte, prin determinarea indicilor statistici de start: media, mediana, abaterea standard, precum și indicatorii de formă: skewness (asimetrie) și kurtosis (turtire), și valoarea minimă și maximă, pentru a determina tipul distribuției în dependență de care au fost selectate procedurile de prelucrare ulterioară a datelor.

Distribuțiile rezultatelor celor 60 de subiecți la variabilele testelor Inventarul de personalitate MBTI și Chestionarul de delimitare a intereselor profesionale Klimov sunt distribuții care tind spre normalitate ($Skewness < 1$; $Kurtosis < 1$).

Distribuția rezultatelor la variabilele Chestionarul de interese Holland și Chestionarului pentru identificarea valorilor profesionale se abat de la normalitate ($Skewness > 1$; $Kurtosis > 1$).

În continuare am realizat un studiu de corelație, luând în considerație de fiecare dată rezultatele a câte două teste, precum și distribuția acestor rezultate în vederea determinării metodei de corelație.

Pentru verificarea ipotezelor cercetării am purces la corelarea datelor Inventarului de personalitate MBTI cu rezultatele Chestionarului de interese Holland. În acest scop am utilizat metoda de calcul a coeficientului de corelație Spearman. Am ales această metodă reieșind din faptul că distribuția celui de-al doilea test se abate de la normalitate ($Skewness > 1$; $Kurtosis > 1$), chiar dacă avem un eșantion relativ mare.

Pentru corelarea datelor Inventarului de personalitate MBTI cu rezultatele Chestionarul de delimitare a intereselor profesionale Klimov am utilizat metoda de calcul a coeficientului de corelație Pearson (distribuțiile ambelor teste tind spre normalitate ($Skewness < 1$; $Kurtosis < 1$)), iar eșantionul este relativ mare.

Pentru corelarea rezultatelor testului Inventarul de personalitate MBTI cu rezultatele Chestionarului de identificare a valorilor profesionale (Super) am utilizat metoda de corelație Spearman (distribuția celui de-al doilea test se abate de la normalitate ($Skewness > 1$; $Kurtosis > 1$)).

În final, în baza interpretării cantitative și calitative a rezultatelor, a relației dintre anumiți factori de personalitate și orientarea academică a adolescenților, putem concluziona următoarele:

1. Tipul de personalitate ce prezintă trăsătura “Extroversiune” preferă modul întreprinzător de orientare profesională (după Holland) și apreciază următoarele valori profesionale: relațiile cu colegii, avantaje materiale și siguranță.
2. Personalitatea care este caracterizată de trăsătura “Introversiune” nu manifestă caracteristicile tipului întreprinzător de orientare profesională și apreciază mai puțin relațiile cu colegii, avantajele materiale și siguranța unei meserii.
3. Personalitatea ce se bazează pe acumularea informațiilor în baza simțurilor, caracterizată de trăsături de personalitate precum: pragmatic, senzualist, nu se identifică cu tipul artistic de orientare profesională și nu este atrasă de direcțiile artistice de interes profesional.
4. Personalitatea ce se bazează în acumularea informațiilor pe intuiție, abstracție și deducție, are multiple tangențe cu tipul artistic de orientare profesională preferând direcțiile artistice de interes profesional.
5. Tipul de personalitate care în prelucrarea informațiilor utilizează doar gândirea, este logic, rațional și obiectiv, nu manifestă caracteristicile modului social de orientare profesională și nu este atras de profesii

artistice, în schimb este orientat spre direcții tehnice de interes profesional și apreciază profesiile ce presupun stimulare intelectuală.

6. Tipul de personalitate ce prelucrează informațiile implicând afectivitatea, caracterizat de emotivitate, altruism și empatie se identifică cu modul social de orientare profesională și manifestă înclinații spre profesii artistice respingându-le pe cele tehnice, de asemenea acesta apreciază mai puțin profesiile ce implică stimulare intelectuală.

Bibliografie

1. Bocșa Eva, Munteanu Rareș. Ghid de consiliere și orientare în carieră. București, 2014.
 2. Bonchiș E., Trip S., Drugaș M. et al. Introducere în psihologia personalității. Oradea: Ed. Universității din Oradea, 2006.
 3. Jigău M. Consiliere și orientare, ghid. București 2000.
 4. Jigău M. Consilierea carierei. București: Ed. Sigma, 2001.
 5. Jung C.G. Tipuri psihologice. Ed. Humanitas, 1997.
 6. Novacovici Pera. Impulsul pentru vocația ta. Ed. Stepout Publishing House, 2013.
 7. Novacovici Pera. Personalitatea alfa, descoperă-ți vocația. București ,2012.
 8. Popescu-Neveanu P. Dicționar de psihologie. București: Ed. Albatros, 1978.
 9. Racu I., Racu Iu., Psihologia dezvoltării. Chișinău, 2013.
 10. Racu Ig. Psihodiagnoza. Teste psihologice. Chișinău, 2014.
 11. Radu Nicolae. Teste psihologice pentru orientarea în carieră și autocunoaștere. București: Ed. Polirom, 2006.
 12. Psihologia personalității. Note de curs, București, 2009 [online]. [accesat 08.05.15] URL: <https://ro.scribd.com/doc/199228361/Psihologia-Personalitatii>
 13. Inventarul de personalitate - myers – briggs indicator – forma g [online]. [accesat 15.04.15]; Available from: URL: <http://www.rasfoiesc.com/educatie/psihologie/Inventarul-de-Personalitate-MY53.php>
 14. Trăsături de personalitate și succes profesional [accesat 10.03.15]; Available from: URL: <http://www.scritub.com/sociologie/psihologie/Aptitudinile-si-Temperamentul-4211232321.php>
 15. Secretele celor 16 tipuri de personalitate din testul MBTI. [online]. [accesat 05.05.15]; Available from: URL: <http://www.testepsihologice.net/posts/cum-sa-folosesti-la-maxim-testulmbti#>.
- VWv_es_tmko
Primit 26.06.2015