
Modelul Big Five al personalității: abordări teoretice și modelarea empirică a unui chestionar standardizat

Alexandra Macarie, Ticu Constantin¹, Alina Orzan, Loredana Constantin, Anca Fodorea

Universitatea Alexandru Ioan Cuza, Iași

Abstract

The aim of the present study was designing a local standardized questionnaire for evaluating traits of personality, following the Big Five model. The questionnaire was built for applying in organizations and to resist social desirability. The theoretical background used in the construction of the questionnaire were part of the Big Five model for personality evaluation. The methods used in this study were specific to the construction and primary validation of a questionnaire: defining the factors, designing the items, verifying the content validity (expert testing). The constructed questionnaire was completed by 524 subjects from the general population. The results confirm the existence of five personality factors, as defined by the authors: sociability, incertitude, persistence, altruism and openness. These factors correspond to the 5 factors described in speciality literature. The study also analyzed the relations the five factors have with significant traits of personality measured by other psychological questionnaires which were applied along with our questionnaire (introversion - extraversion, emotional stability - neuroticism, originality, efficiency, conformism). We also described the differences between the scores for the five factors depending on age, gender, studies and income.

Key words: *personality evaluation, Big Five model, content validity.*

Résumé

L'étude a eu comme objectif la construction d'un questionnaire standardisé autochtone d'évaluation de la personnalité selon le modèle Big Five, questionnaire applicable dans un contexte organisationnel étant résistant à la tendance de façade spécifique aux situations de sélection du personnel. Les concepts utilisés pour la base théorique et pour construire cette épreuve ont été celles sous sommées aux modèle Big Five d'évaluation de la personnalité. Les méthodes utilisées ont été celles spécifiques à la construction et validation primaire d'une telle épreuve : ceux pour définir et décrire les dimensions clé, pour modeler les items, pour vérifier la validation de contenu (l'épreuve des experts). Le questionnaire issu a été appliqué sur un lot de 524 sujets faisant partie de la population générale. Les résultats obtenus confirment l'identification de cinq facteurs de personnalité définis par les auteurs comme sociabilité, méfiance, persistance, altruisme, ouverture, facteurs qui correspondent avec ceux décrits dans la littérature de spécialité. On a analysé les relations de ceux cinq facteurs avec des variables significantes de personnalité mises en évidence par autres épreuves psychologiques appliquées simultanément sur le même lot (introversion-extraversion, stabilité émotionnelle-névrosisme, originalité, efficacité, conformisme). On a décrit aussi les différences obtenues pour ceux cinq facteurs en fonction des variables : sexe, études, âge et niveaux des revenus.

Mots clés: *l'évaluation de la personnalité, le modèle Big Five, validation de contenu.*

Concepte și istoric

Personalitate și trăsături de personalitate

Teoriile privind trăsăturile personalității au influențat poate cel mai mult evoluția

instrumentelor de evaluare psihologică (Minulescu, 1996). Acest tip de teorii au la bază afirmația fundamentală că personalitatea poate fi definită ca o structură de trăsături, de moduri caracteristice de comportament, cunoaștere, reacție și simțire. (Minulescu, 1996). Conform opiniei lui Allport (1991), o

¹ Adresa de corespondență: tconst@uaic.ro

trăsătură de personalitate apare prin repetarea anumitor comportamente în acord cu o motivație internă, comportamente care sunt valorizate, prin ele însele (motivație intrinsecă) sau prin beneficiile pe care le aduc subiectului (motivație extrinsecă).

O trăsătură de personalitate poate fi înțeleasă ca fiind „orice pattern de comportament (înlanțuiri de reacții), obișnuit și de durată, care apare într-o varietate de situații în care este pus individul” (Chaplin, 1985). Aceasta face ca identificarea trăsăturilor de personalitate să se poată realiza cu ajutorul chestionarelor/inventarelor de personalitate, instrumente realizate prin compararea datelor obținute pe eșantioane foarte mari de persoane și "izolarea" prin mijloace statistice a caracteristicilor comune, a modurilor tipice de a reacționa. Un individ poate fi descris în termeni de trăsături de personalitate prin compararea rezultatelor înregistrate de el la o anumită probă psihologică cu mediile rezultatelor obținute la aceeași probă de eșantionul general din care el face parte. Astfel, el poate apărea mai *supus* sau mai *dominant* decât ceilalți, mai *activ* sau mai *pasiv*, mai *introvertit* sau mai *extravertit* decât majoritatea subiecților din aceeași populație. Nu trebuie să uităm faptul că dimensiunile „măsurate” de instrumentele psihologice (trăsăturile de personalitate), sunt niște “construcții”, “etichete” lingvistice prin care sunt exprimate sintetic regularități ale tendințelor individuale, ale atitudinilor generale sau ale expresiilor comportamentale.

Evoluția cercetărilor vizând identificarea celor cinci factori

Ipoteza lexicală stă la baza construcției modelelor de personalitate în general și a modelului Big-Five în special. Această abordare, numită și psiholexicală, enunță că diferențele deosebite de semnificative, importante și de referință în stabilirea și menținerea relațiilor interumane sunt codificate virtual în limbaj și se exprimă prin acei termeni lingvistici care au semnificație pentru descrierile comportamentului uman (Lewicki, 1986 apud Minulescu, 1996). Acele diferențe individuale, care sunt saliente și relevante social, vor fi găsite ca termeni în limbajul comun. Mai mult, în limbaj au fost codificate de-a lungul timpului doar acele caracteristici ale personalității care au putut fi percepute destul de frecvent, au fost relativ ușor de recunoscut datorită distinctivității lor și

au avut suficientă semnificație pentru a fi codate și reținute în limbajul natural (Norman, 1967). În 1988 Goldberg introduce termenul “categorii naturale” plecând de la ideea că un atribut care se referă la o caracteristică a personalității, cu cât este mai important, cu atât va avea mai mulți termeni care să îl numească, vor exista mai multe sinonime și termeni subordonați care să delimiteze diferitele fațete ale aceluia atribut (Dîrțu, 2007)

Saucier, G. și Goldberg, L. R (1996) îi menționează pe L.R. Thurstone, Allport și Odbert, R. Cattell, D. Fiske ca fiind primii exploratori ai modelelor factoriale ale trăsăturilor de personalitate. Allport și Odbert în 1936 selectează din dicționarul limbii engleze 17.953 de termeni care se referă la trăsături de personalitate. Având în vedere numărul și diversitatea acestor termeni selectați, se poate afirma că trăsăturile de personalitate sunt o componentă importantă a limbajului utilizat de indivizi în cotidian, în interacțiunea cu cei din jur. A fost subliniată astfel importanța socială a trăsăturilor de personalitate.

A fost necesară reducerea mulțimii de atribute a personalității la doar câteva trăsături esențiale deoarece mai mulți dintre termenii găsiți de Allport și Odbert erau sinonimi unii cu alții sau aveau sensuri foarte apropiate. Allport și Odbert în 1936 grupează în patru mari categorii cuvintele găsite. Astfel ei disting între trăsături de personalitate (tendințe generalizate și personalizate, constante, prin care individul se adaptează la mediul său), stări temporare și dispoziții, judecăți de valoare asupra conduitei și reputației și caracteristici fizice, talente în care includ și termenii care nu se potriveau celorlalte categorii. Deși autorii menționați și-au dorit să încadreze cuvintele în categorii exhaustive, multe dintre ele se suprapun, nu au granițele foarte bine stabilite, ducând la confundarea lor (Agape, 2004).

Cattell (apud Digman, 1996) a analizat lista lui Allport și Odbert și a eliminat sinonimele, reducând-o la 171 de cuvinte. Lista de adjective a fost dată unor subiecți pentru scorare și apoi s-au analizat rezultatele. Cattell a obținut 35 de grupuri majore de trăsături de personalitate și a mai adăugat încă 10 trăsături obținute dintr-o analiză a literaturii psihiatrice. O parte din redundanță a fost eliminată și prin gruparea adjectivelor cu înțelesuri opuse în factori bipolari, numiți și dimensiuni descriptive. Cattell și colaboratorii lui au construit teste pentru aceste 45 de

trăsături. Pentru obținerea rezultatelor s-a folosit metoda analizei factoriale în urma căreia au rezultat 16 factori majori de personalitate. Cercetarea s-a concretizat în construirea chestionarului 16PF. Cattell se referă la cei 16 factori ca "factori primari" în opoziție cu factorii Big-Five pe care îi numește "factori globali". Toți factorii primari corelează cu factorii globali și astfel pot fi considerați subfactori în interiorul lor.

Într-o a doua etapă a cercetărilor în domeniu, Tupes și Christal obțin constant replicarea în cercetări diferite a 5 factori ai personalității, pornind de la seturi de variabile derivate din lista celor 35 de grupări de factori extrași de Cattell, analizând intercorelațiile dintre aceștia. Denumirile celor 5 factori au fost reluate ulterior sub forma: *extraversie, agreabilitate, dependență, emoționabilitate, cultură*. Rezultatele acestei cercetări au fost confirmate de replicări ulterioare conduse de Norman, Borgatta, Digman. Norman pornește direct de la dicționar și operează clasificări valabile și în trăsături stabile, stări și activități temporare, roluri și efecte sociale. Astfel, el ajunge la definirea unui set de factori predictibili considerați a reflecta structura de bază a personalității: *extraversie, conștiinciozitate, agreabilitate, nevrotism, cultură* (Minulescu, 1996).

În cea de-a treia etapă se disting cercetările conduse de McCrae și Costa (1990) (care formulează o teorie sistematică privind semnificația celor 5 mari dimensiuni importante în cunoașterea personalității) și cercetările lui Goldberg (1990) care ajunge la cea mai sistematică și mai elaborată structură factorială, echilibrată din punct de vedere al reprezentativității termenilor în engleza americană.

Paradigma „Big-Five” și paradigma „Five Factor Model”

Așa cum am văzut, există două abordări diferite, două paradigme în analiza și descrierea personalității cu ajutorul a cinci factori /atribute ale personalității: paradigma ipotezei lexicale și paradigma modelului big five.

Cercetătorii paradigmei lexicale, cei care practic au inițiat studiile în acest domeniu, urmăresc descoperirea structurilor de personalitate prin analiza limbajului obișnuit și au elaborat propria concepție, numită Big-Five, ca alternativă la „Five Factor Model”. Așa cum am văzut, acești autori susțin că toate

trăsăturile care determină diferențe individuale vor fi reprezentate în limbaj și prin analiza limbajului obișnuit am putea realiza o taxonomie comprehensivă a atributelor de personalitate. Pe de altă parte, preocupările legate de descoperirea structurilor de personalitate prin prisma datelor oferite de chestionare au condus la apariția paradigmei intitulată „Five Factor Model”. Distinctivă pentru această paradigmă este folosirea datelor culese cu ajutorul chestionarelor și utilizarea analizei factoriale în reducția datelor. Această metodologie le-a permis să valideze ipoteza că toate trăsăturile de personalitate pot fi reduse la cinci factori independenți, între care nu mai există corelații semnificative.

Așa cum sublinia C. Dîrțu (2007), deosebirea dintre aceste două modele sunt însă minore, cea mai importantă dintre ele (în afară de cea de metodă) fiind aceea că adepții ipotezei lexicale (Big-Five), au renunțat la pretenția de a răspunde la întrebarea dacă numele trăsăturilor acoperă structuri reale sau sunt simple structuri lingvistice. Acești autori afirmă că există o strânsă legătură între limbaj și realitate și resping complet ideea că personalitatea ar putea exista numai în limbaj, ei preferând să vorbească despre atribute ale personalității și nu despre trăsături de personalitate.

Faptul că diferențele dintre cele două abordări sunt minore și că țin mai degrabă de un orgoliu privind superioritatea metodei utilizate este demonstrabil și prin aceea că aproape întotdeauna studiile lexicale și cele bazate pe chestionar apar împreună în aceleași publicații iar combatanții din cele două tabere adoptă o poziție comună în fața criticilor dure venite din afara modelului (Dîrțu, 2007)

Modelul explicativ al personalității propus de Costa și McCrae

În iulie 1994 la Madrid, la a VII-a Conferință Europeană de Psihologie a Personalității Costa și McCrae (apud Minulescu, 1996) prezintă pentru prima dată modelul construit de ei privind evaluarea personalității prin cei cinci superfactori (Modelul Big Five). În articulațiile acestui „model al persoanei” personalitatea apare ca una dintre subdiviziunile fundamentale, alături de abilitățile cognitive, cele fizice și de alte aspecte care intră în alcătuirea personalității ca „material” brut. În opinia autorilor menționați, ceea ce interesează psihologul este reprezentat de adaptările specifice,

respectiv felul în care au fost modelate tendințele de bază prin influențele externe și interne. Psihologul nu poate schimba trăsăturile de bază ale clientului, dar cunoașterea și explicarea corectă a acestora și a felului cum ele intervin în problemele existențiale ale persoanei îl poate ajuta să

reducă la minim dificultățile. În acest model-cadru explicativ – susțin Costa și McCrae – explicațiile trebuie căutate la diferite nivele și anume, prin intermediul așa-numitelor procese de intermediere (Figura 1).

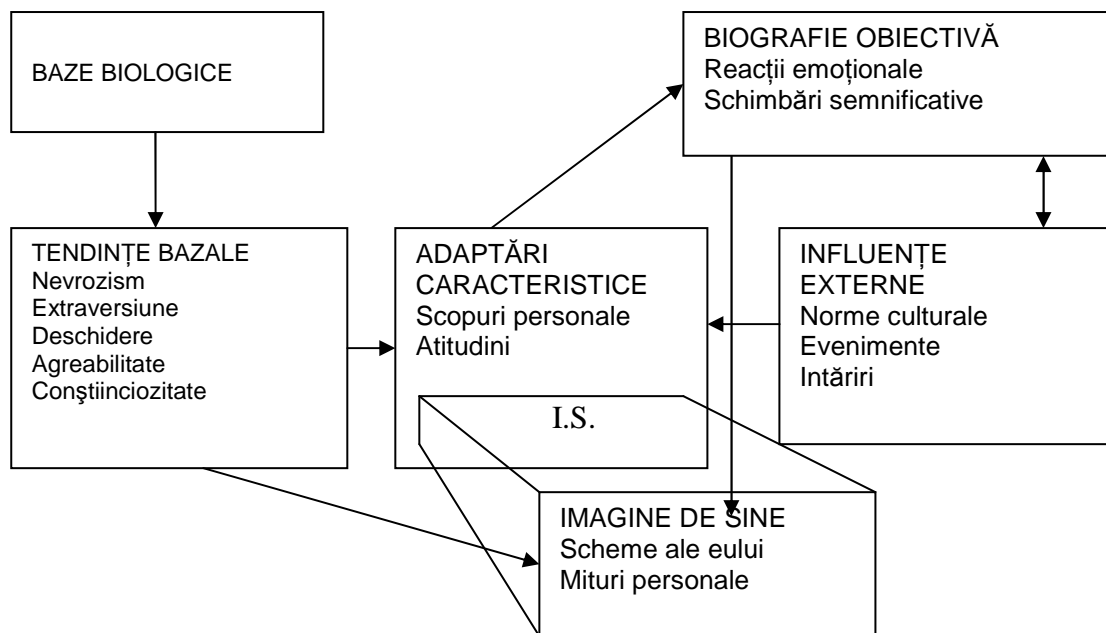


Figura 1. Modelul explicativ al persoanei în diagnoza trăsăturilor (Minulescu, 1996, p.26)

În explicarea modelului avansat de ei, Costa și McCrae consideră că trăsăturile bazale, faimoșii superfactori ai personalității - *nevrozism*, *extraversie*, *deschidere*, *agreabilitate*, *conștiinciozitate* - apar ca dispoziții psihice fundamentale, care nu trebuie în nici un caz privite ca dimensiuni biologice, ele rămânând constructe psihice care sunt la rândul lor „servite” de structurile biologice (baze biologice). Personalitatea este supusă acestor influențe endogene (denumite de autori tendințe bazale) dar și unor influențe exogene. Influențele externe, rezumate prin conceptul de „situație existențială”, reunesc cadrul socio-cultural în care se formează persoana și sistemul de evenimente de viață cu întăririle pozitive/negative primite de individ de-a lungul vieții și operează asupra individului în dezvoltarea sa ontogenetică. În acest cadru biografia obiectivă este constituită de cursul real al comportamentelor și trăirilor care formează viața individului.

Punctul de focalizare al acestui model îl constituie adaptările caracteristice, influențate atât de tendințele bazale cât și de cultură, acele obiceiuri, atitudini, deprinderi, valori, motive, roluri, relații care definesc „identitatea contextualizată” și persoana pusă în contextul interrelațiilor în care s-a format și evoluează. În acest model, un rol aparte în evaluarea psihologică îl are imaginea de sine ca o subdiviziune a adaptărilor caracteristice persoanei. Răspunsurile la chestionarul de personalitate sunt legate cel mai mult și cel mai direct de acest nivel al imaginii de sine. Între tendințele bazale și adaptările caracteristice care constituie expresia directă a personalității, au avut loc și au în mod continuu loc procese dinamice responsabile de un anumit izomorfism. Individul intră în viață cu anumite dispoziții particulare cărora li se dă culoare locală și sens prin cultura prevalentă, prin intermediul proceselor de dezvoltare care creează acest izomorfism.

Modelul conceptualizat de autorii americani pune problema explicării în cadru dinamic al personalității, a felului cum dispozițiile bazale interacționează cu un mediu în schimbare pentru a produce expresiile fenotipice ale personalității: valori, proiecte personale, relații personale, imaginea de sine.

Autori și studii confirmatorii ale Modelului Big Five

Studiile lui Costa și McCrae au condus la realizarea și validarea unor chestionare, care cuprind cei 5 factori și câte 6 fațete ale fiecăruia dintre ei: *nevrotism*, *extraversie*, *deschidere*, *agreabilitate* și *conștiinciozitate*. Așa cum observa Minulescu în 1996, un impresionant număr de cercetări indică un acord general asupra acestui model de 5 factori evidențiat prin tehnica analizei factoriale și proceduri de autoevaluare și heteroevaluare, proceduri realizate în limbi diferite, pe eșantioane de subiecți de sexe, vârste și naționalități diferite.

Aceste cercetări sunt schematizate de Minulescu (1996) și prezentate după cum urmează: în Olanda, Brokken definește o structură factorială în 6 factori: agreabilitate/dezirabilitate socială, vioiciune, dominanță, ordonare/precizie, stabilitate, intro-extraversie, la care ulterior De Raad și Hofstee aduc o soluție clară de 5 factori definiți drept: extraversie, agreabilitate, conștiinciozitate, stabilitate emoțională și intelect. În Germania, Ostendorf definește și el 5 dimensiuni bazale: activism, conștiinciozitate, stabilitate emoțională, intelect. Italienii Caprara și Perugini ajung la 5 factori: conștiinciozitate, extraversie, iritabilitate, egoism/altruism, convenționalitate. Studiile pe populația maghiară conduse de Szirmak și De Raad indică un acord unanim pentru primii 4 factori: extraversia, agreabilitatea, conștiinciozitatea și stabilitatea emoțională. În privința celui de-al cincilea factor denumirile sunt încă controversate.

Se ajunge la concluzia că toate trăsăturile de personalitate pot fi reduse la 5 factori între care nu mai există corelații semnificative, deci sunt independenți între ei. Cei 5 mari factori denumiți de Goldberg sunt: „Surgency” (cu sens de izbucnire) - extravertit, vorbăreț; Agreabilitate - plăcut, cooperant; Coștiinciozitate - organizat, sistematic; Stabilitate emoțională - neemotiv, lipsit de invidie; Intelect - creativ, intelectual.

În concluzie, putem spune că există un larg consens printre cercetătorii și constructorii de chestionare de personalitate asupra unei structuri a personalității constând din 5 suprafactori, mari dimensiuni ale personalității. Dincolo de primii 4 factori, există însă un relativ dezacord privind semnificația psihologică a factorului 5 (nu a existenței lui ca atare). De exemplu, dacă ar fi să luăm numai conceptele utilizate în literatură în discutarea conținutului psihologic al acestui celebru factor 5, am descoperi o variabilitate influențată în primul rând de concepția autorilor. Astfel găsim termeni precum “Cultură”, “Inteligență” (Borgotta, 1964), “Intelect”, “Intelectanță” (Hogan, 1983), “Inteligență fluidă”, “Grijă”, “Atenție” (Brand & Egan, 1989) și “Deschidere spre experiență” (Digman, 1996, John, 1990) (apud Minulescu, 1996).

Descrierea celor cinci factori ai Modelului Big-Five

În urma unor cercetări elaborate și extensive există un acord quasi unanim, asupra denumirii generice pentru cei 5 factori: *Nevrotism*, *Extraversie*, *Deschidere*, *Agreabilitate*, *Conștiinciozitate*. Într-o descriere extrem de succintă și parțială (fiecare autor propunând diferite fațete sau nuanțe la modelul de bază) acești factori pot fi descriși astfel (Howard și Howard, 2004):

1. *Nevrotism (neuroticism)* – *N* - descrie persoane cu accente nevrotice puternice, cu o emoționalitate accentuată, cu frici, angoase sau depresii, persoane care necesită sprijin afectiv pentru a trece peste astfel de faze. Polaritatea vizată de scala *N* este legată de continuumul dezechilibru emoțional - echilibru emoțional.
2. *Extraversie (extraversion)* – *E* - descrie persoane comunicative, sociabile, vorbărețe, cu o bună prezență socială, cu o capacitate de verbalizare deosebită, persoane care se simt bine în contexte sociale și caută din acest motiv interacțiunile cu ceilalți. Polaritatea vizată de scala *E* este surprinsă de continuumul extraversie-introversie.
3. *Deschidere către experiență (openness to experience)* – *O* - descrie persoane deschise spre experiențe senzoriale, cu simț artistic, înclinate spre muzică sau arte plastice, animate de interese intelectuale, caracterizate de curiozitate științifică (în special în științele naturale), apropiate de natură și atrase, în general, de o viață în

armonie cu natura și frumosul. Polaritatea vizată de scala O este surprinsă în continuumul deschidere către experiență - mod reținut, conservator de a fi, care include și preferința pentru familiar.

4. *Agreeabilitate (agreeableness)* – A - descrie persoane agreeabile, neagresive, plăcute, animate de sentimente plăcute față de copii, față de animale și, în general, față de cei din jur, cu rezistență la frustrare și care nu-și exprimă frustrarea prin acte de agresivitate fizică sau verbală. Împreună cu scala Extraversiune, această scală face referire la acele dimensiuni ale personalității implicate în relațiile sociale, fiind caracterizată de polaritatea agreeabilitate – duritate în relațiile interpersonale.
5. *Conștiinciozitate (conscientiousness)* – C - detectează persoane ordonate, care preferă medii de lucru bine structurate și controlate, capabile de muncă susținută și de concentrare îndelungată a energiei către realizarea obiectivelor propuse, care sunt dispuse să investească multă muncă și să nu se lase distrase de tentații. După McCrae și Costa (1990), acest factor este legat de reușita profesională, de nivel superior, indiferent de domeniul de activitate, polaritatea exprimată de scală fiind conștiinciozitate - tendința spre hedonism.

Așa cum am văzut, studiile din literatura de specialitate au condus spre realizarea și validarea unor chestionare care cuprind cei 5 factori și câte 6 fațete pentru fiecare dintre ei (Howard și Howard, 2001). În tabelul 1 sunt numite fațetele fiecărui factor și descrise caracteristicile persoanelor care se află la polul pozitiv și al celor care se află la polul negativ, pentru fiecare dintre acestea fațete.

O dată cu apariția Modelului Big Five au apărut și numeroase cercetări și instrumente de evaluare a personalității care au la bază aceiași 5 factori. Printre acestea se numără Five Factor Model, OCEAN și NEO (cu versiunile NEO PI-R și NEO-FFI). Deși se centrează pe surprinderea și „măsurarea” aceluiași 5 factori de personalitate, fiecare dintre aceste instrumente se diferențiază de celelalte prin modul de construcție, sistemul de cotare și interpretare sau fațetele personalității surprinse.

Pornind de la premisa că un astfel de instrument poate fi construit și validat pornind de la realitatea românească, ne-am propus și

noi construirea și validarea unei probe autohtone de evaluare a personalității după Modelul *Big Five*.

Chestionarul B. F. II.; construcție și factori

Chestionarul Big-five II a fost construit în intervalul 2005-2007 în cadrul colectivului E-team². Chestionarul a fost gândit pentru a fi aplicat în context organizațional, creându-se premisele necesare creșterii rezistenței la tendința de fațadă în situații de selecție profesională. Pentru aceasta, în construcția factorilor am preferat utilizarea de aserțiuni cu două variante de răspuns (pe cât posibil similare sub aspectul dezirabilității sociale), subiecții fiind obligați să facă o alegere forțată între cele două variante de răspuns, fiecare variantă exprimând unul dintre cei doi poli ai factorului evaluat.

În construirea acestor itemi am luat în calcul mai multe perspective diferite de definire și interpretare a celor 5 factori. Deși am pornit de la modelele consacrate propuse de Costa și McCrae (1994) și Goldberg (1990), factorii chestionarului construit de noi nu se suprapun în totalitate peste factorii acestor modele, preferând o abordare exhaustivă și preluând spre analiză și operaționalizare perspective diferite de definire ale celor cinci factori. În cadrul colectivului E-team am parcurs mai multe etape până a ajunge la versiunea chestionarului B. F. II. prezentat în acest studiu.

Astfel, după definirea cadrului conceptual și a semnificațiilor interpretative subsumate fiecăruia dintre cei cinci factori, au fost formulați itemii, aserțiuni cu două variante. Exemple de itemi:

Situațiile noi:

- a) mă fac să devin curios;
- b) mă fac să devin prudent.

Cel mai mult îmi place:

- a) să pun în practică idei realiste
- b) să găsesc idei originale

Inițial au fost propuși un număr mare de itemi care au fost analizați în cadrul grupului de lucru și au fost reținuți 131 de itemi

² *e-team* este o echipă de cercetare mixtă studenți - cadre didactice – absolvenți, cu peste 45 de membri și un program de cercetare care presupune întâlniri de lucru săptămânale de minim 2 ore pe săptămână

ca fiind corect formulați. Acești 131 de itemi au fost propuși spre evaluare unui grup de 20 de subiecți (alții decât cei care au participat la

redactarea itemilor) pentru evaluarea validității de conținut prin proba experților. Am verificat măsura în care fiecare item, într-o prezentare

Tabelul 1. Cei cinci factori și dimensiuni subordonate (după Howard & Howard, 2001)

Șase fațete ale EXTRAVERSIEI	INTROVERTIT E-	EXTRAVERTIT E+
<i>Afectivitate</i>	Rezervat; formal	Prietenos, intim
<i>Sociabilitate</i>	Rareori caută compania celorlalți	Sociabil, caută compania celorlalți
<i>Asertivitate</i>	Stă în fundal	Își spune punctul de vedere, conduce
<i>Activitate</i>	Ritm lent	Ritm rapid
<i>Căutare de provocări</i>	Nevoie mică de provocări	Urmărește provocarea
<i>Emoții pozitive</i>	Mai puțin exuberant	Vesel, optimist
Șase fațete ale CONȘTIINCIOZITĂȚII	FLEXIBIL C-	CONȘTIINCIOS C+
<i>Competență</i>	Deseori se simte nepregătit	Se simte capabil și pregătit
<i>Ordine</i>	Dezorganizat, nesistematizat	Bine organizat, ordonat
<i>Datorie</i>	Liber față de obligații	Guvernat de conștiință, de încredere
<i>Dorința de realizare</i>	Nevoie scăzută de autorealizare	Conduc de nevoia de succes
<i>Auto-Disciplină</i>	Procrastinație; distras	Concentrat asupra îndeplinirii sarcinilor
<i>Deliberare</i>	Spontan; grăbit	Gândește bine înainte de a acționa
Șase fațete ale NEVROTISMULUI	INDIFERENT N-	REACTIV N+
<i>Teamă</i>	Relaxat; calm	Îngrijorat
<i>Furie</i>	Se înfurie greu	Se înfurie repede
<i>Descurajare</i>	Se descurajează greu	Se descurajează repede
<i>Conștiință de sine</i>	Se rușinează greu	Ușor de stânjenit
<i>Impulsivitate</i>	Rezistă ușor tentațiilor	Tentat cu ușurință
<i>Vulnerabilitate</i>	Suportă stresul cu ușurință	Vulnerabil
Șase fațete ale ADAPTABILITĂȚII	NEADAPTABIL A-	ADAPTABIL A+
<i>Încredere</i>	Cinic, sceptic	Onest, bineintenționat
<i>Sinceritate</i>	Prevenitor, extinde adevărul	Direct, sincer
<i>Altruism</i>	Nu vrea să se implice	Dorește să-i ajute pe ceilalți
<i>Agresivitate</i>	Agresiv; competitiv	Cedează ușor, defensiv
<i>Modestie</i>	Se simte superior celorlalți	Umil, autodepreciativ
<i>Supunere</i>	Încăpățânat; rațional	Ușor de convins
Șase fațete ale DESCHIDERII	CONSERVATOR D--	EXPLORATOR D+
<i>Imaginație</i>	Orientat pe "aici și acum"	Imaginativ; visător
<i>Estetică</i>	Neinteresat de artă	Apreciază arta și frumusețea
<i>Sentimente</i>	Ignoră și desconsideră sentimentele	Valorizează toate sentimentele
<i>Acțiuni</i>	Preferă familiarul	Preferă varietatea; încearcă lucruri noi
<i>Idei</i>	Focalizare intelectuală îngustă	Curiozitate intelectuală largă
<i>Valori</i>	Dogmatic; conservator	Deschis la reevaluarea valorilor

aleatorie, este recunoscut și alocat corect uneia dintre cele cinci dimensiuni descrise anterior. În urma acestui proces au fost eliminați 31 de itemi datorită dispersiei mari (variabilității cu care experții i-au atribuit diferiților factori, alții decât cei presupuși de noi).

Chestionarul obținut astfel a fost aplicat pe un lot de 272 de subiecți din populația generală și au fost analizate rezultatele. În urma analizei consistenței interne au fost eliminați 25 de itemi și reținuți 75 de itemi în forma finală a chestionarului (câte 15 itemi pentru fiecare dintre cei 5 factori).

Pentru că am considerat că nu există o suprapunere perfectă a ariei de semnificație a factorilor obținuți de noi cu nici unul dintre modelele Big Five consacrate, am preferat ca, în funcție de fațeta dominantă surprinsă de factorii chestionarului B.F. II să oferim denumiri specifice, adaptate factorilor obținuți.

Corespunzător factorului *extroversiune* din Modelul Big Five, am identificat și definit factorul numit de noi **Sociabilitate** (comunicare /extroversiune) cu polii „Izolată” (scoruri mici) și „Sociabil” (scoruri mari). Pentru factorul *conștiinciozitate* din Modelul Big Five am identificat un factor numit de noi **Perseverență** (rigurozitate /conștiinciozitate) cu doi poli „Mobil” (scoruri mici) și „Perseverent” (scoruri mari) Corespunzător factorului *nevrozism* din Modelul Big Five, în modelul nostru am identificat factorul **Nesiguranță** (neîncredere în sine /nevrozism) cu polii „Sigur pe sine” (scoruri mici) „Îngrijorat” (scoruri mari). Factorul agreabilitate /adaptabilitate a fost izolat de noi și definit ca fiind **Altruism** (agreabilitate) având polii „Egocentric” (scoruri mici) și „Altruist” (scoruri mari). În fine, corespunzător factorului *deschidere la nou /cultură*, am identificat factorul **Deschidere** (complexitate /deschidere la nou) cu polii „Administrator” (scoruri mici) și „Explorator” (scoruri mari). Factorii chestionarului B.F. II au obținut pe acest lot (272 de subiecți) următorii coeficienți de consistență internă (Alpha Cronbach):

Sociabilitate	= ,822
Perseverență	= ,706
Nesiguranță	= ,806
Altruism	= ,711
Deschidere	= ,895

Metodologia cercetării

Chestionarul B.F. II descris mai sus, a fost aplicat pe un lot de 524 de subiecți în vederea (re)verificării consistenței interne și verificării relațiilor semnificative stabilite cu alte variabile ale personalității (aspecte legate de verificarea validității convergente).

Participanți

La cercetare au participat 524 de subiecți cu vârstele cuprinse între 18 și 69 de ani, cu o medie de vârstă de 39.1 ani și abaterea standard de 9.857. Din totalul subiecților, 73.1 % sunt femeii iar 26.9 % sunt bărbați. În funcție de nivelul de studii, 2.1 % dinte subiecți au studii gimnaziale, 56.3 % au studii liceale și 33.5 % au studii universitare (valori lipsă /missing: 8,1%). În funcție de nivelul de venit 6.8 % au venituri mai mici de 100 €, 46.4 % au între 100 și 200€ venit lunar, 26.9 % au 200-300 €, 13.3 % au 300-500 €, 1% dintre subiecți câștigă între 700 și 1000 € pe lună și 1.9 % depășesc 1000 € pe lună salariu (valori lipsă /missing: 3,7%). În funcție de specificul activității, 20.8 % lucrează în domeniul producției, 59.4 % în domeniul serviciilor și 19.8 % lucrează în comerț.

Instrumente

Chestionarul Big-Five II a fost aplicat împreună cu alte 3 chestionare, fiecare din cele 4 chestionare aplicate obținând o consistență internă pe factori superioară pragului de 0,700 (Alpha Cronbach): Chestionarul E.P.I. (H.J. Eysenck), Chestionarul „DA 2.2006” (T. Constantin) și Inventarul K.A.I. „Adaptare - Inovare.” (M. Kirton).

Chestionarul E.P.I. (H.J. Eysenck, 1969), cu ajutorul a 57 de itemi cu răspuns dihotomic de tip da /nu, vizează evaluarea a două dimensiuni principale - *extraversiunea* și *nevrozismul* și o scală de minciună - *lie*. Chestionar D.A. 2.2006 (Constantin și colab, 2007), având 203 itemi grupați în 10 factori, evaluează 10 dimensiuni accentuate, operaționalizate pornind de la modelul propus de Karl Leonhard: *demonstrativitatea*, *hiperexactitatea*, *hiperperseverența*, *nestăpânirea*, *hipertimia*, *distimia*, *labilitatea*, *exaltarea*, *anxietatea* și *emotivitatea*. Inventarul K.A.I. „Adaptare - Inovare” (M. Kirton, 1976), cuprinde 33 de itemi cu evaluarea pe o scală în 5 trepte și vizează o dimensiune generală - stil cognitiv de tip *adaptativ* - *inovativ* și trei subfactori

/dimensiuni: *originalitate, ineficiență și supunere.*

Consistența internă a chestionarului Big-Five II a fost probată din nou iar coeficienții Alpha-Cronbach obținuți pe lotul de 524 au fost următorii:

Sociabilitate	= .814
Perseverență	= .701
Nesiguranță	= .774
Altruism	= .701
Deschidere	= .856

Rezultate

Analiza diferențelor

Analizând diferențele între media scorurilor subiecților aparținând unor categorii diferite de *gen, vârstă, studii sau nivel de venituri*, am identificat câteva diferențe semnificative statistic dar de putere redusă.

Astfel, testul t a evidențiat diferențe semnificative între subiecții de gen masculin și cei de gen feminin la factorul *nesiguranță* [$t_{(509)} = -4,487; p=0.02$] în sensul că subiecții de gen feminin ($m_F = 0,45$, pe un interval al mediilor cuprins între 0 și 1) au scoruri ceva mai mari la acest factor comparativ cu subiecții de gen masculin ($m_M = 0,34$).

Folosind Anova One Way s-au identificat diferențe în funcție de nivelul de venit al subiecților pentru factorul *nesiguranță* [$F_{(458,6)} = -2,416; p=0.026$], în sensul că subiecții cu venituri între 700-1000 € au scoruri

semnificativ mai mici la acest factor ($m = 0,26$) comparativ cu subiecții cu venituri sub 100 € ($m = 0,48$). În mod similar s-au identificat diferențe semnificative în funcție de specificul activității în ceea ce privește scorurile la factorul *deschidere* [$F_{(278,2)} = 3,070; p=0.048$], în sensul că subiecții care lucrează în domeniul serviciilor obțin scoruri mult mai mari la acest factor ($m_{\text{Servicii}} = 0,41$), comparativ cu celelalte grupe ($m_{\text{Producție}} = 0,33$) ($m_{\text{Comerț}} = 0,32$). În figura 3 sunt ilustrate grafic diferențele obținute în funcție de tipul de activitate, pentru factorul „deschidere”.

Diferențele obținute sunt cele așteptate, concordante atât cu intuițiile „simțului comun” cât și cu rezultate similare obținute în alte cercetări, putând fi folosite ca argumente în favoarea probării validității chestionarului B.F. II. Este cunoscut faptul că, în general subiecții de sex feminin au scoruri mai mari la factorul nevrozism și la factori asociați cu acesta cum este factorul *nesiguranță* izolat de noi (Costa și McCrae, 2003; Envick și Langford, 2003; Rubinstein, 2004). *Nesiguranța* este asociată și cu un nivel redus al veniturilor date fiind incertitudinea și problemele pe care le creează absența resurselor financiare necesare traiului zilnic iar *deschiderea* spre nou este mult mai intens solicitată la persoanele care lucrează în domeniul serviciilor (Robins și colab. 2001; Abraham și Morrison, 2003).

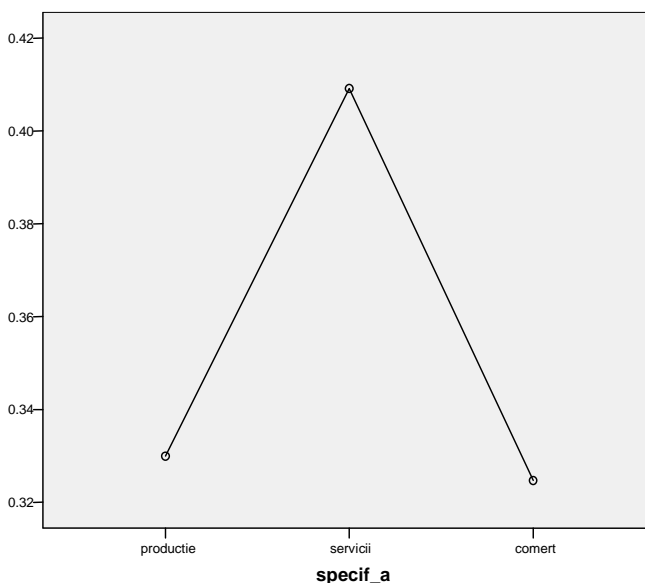


Figura 2. Variația mediilor factorului „Deschidere” în funcție de tipul de activitate

Comparând rezultatele obținute de 4 grupe de vârstă (18-28 de ani; 29-38 de ani, 39-48 de ani și 49-69 de ani), s-au identificat diferențe semnificative (Oneway Anova) în ceea ce privește factorii *sociabilitate*, *perseverență*, *altruism* și *deschidere*. Ca tendință generală, cu cât subiecții sunt mai tineri cu atât ei obțin scoruri mai mari la *sociabilitate* [$F_{(508,3)} = 10,790, p=0,00$], *altruism* [$F_{(508,3)} = 4,216, p=0,00$] și *deschidere* [$F_{(508,3)} = 7,167, p=0,00$] și scoruri mai mici la factorul *perseverență* [$F_{(508,3)} = 7,468, p=0,00$].

Analiza corelațiilor

În vederea verificării unor aspecte ale validității convergente s-au analizat corelațiile dintre factorii chestionarului B.F. II și factorii celorlalte probe prezentate mai sus.

De exemplu, am presupus că între factorii *extroversiune* EPI și factorul

sociabilitate B.F. II. există corelații puternice datorită universului similar al celor două dimensiuni. În mod similar am presupus că între factorul *nevrozismul* EPI și factorul *nesiguranță* B.F. II vor exista de asemenea corelații puternice și înalt semnificative.

Tabelul corelațiilor obținute între factorii Big-Five II și factorii EPI (Tabelul 2) ne arată că *sociabilitatea* B.F. II. corelează puternic, pozitiv și semnificativ cu *extroversiunea* EPI ($r=0.650$) iar *nesiguranța* B.F. II. corelează puternic, pozitiv și semnificativ cu *nevrozismul* EPI ($r=0.635$). Aceste date credem că oferă un suport empiric solid în sprijinul ideii că cei doi factori ai chestionarului B.F. II. suprinde aspecte semnificative ale *extroversiunii* și *nevrozismului* postulate în Modelul Big Five, confirmând astfel validitatea concurentă a chestionarului B.F. II. pentru acești factori.

Tabelul 2. Tabelul corelațiilor dintre factorii B.F. II. și EPI

Pearson Correlation					
	SOCIABILITATE (extroversiune)	NESIGURANTA (nevrozism)	PERSEVERENTA (conștiințiozitate)	ALTRUISM (agreabilitate)	DESIDERE (deschidere la nou)
Extroversiune_EPI	.650**	-.375**	-.401**	.507**	.507**
Nevrozism_EPI	-.250**	.635**	.101*	-.149**	-.178**
Minciuna_EPI	.063	-.332**	.202**	.071	-.015

Există și alte corelații semnificative identificate între factorii chestionarului B.F. II. și factorii EPI care exprimă relații logice în sensul susținerii validității convergente. Factorii *nesiguranță* și *perseverență* B.F. II. corelează negativ cu *extroversiunea* EPI în timp ce *altruismul* și *deschiderea* B.F. II. corelează pozitiv cu același factor (*extroversiunea* EPI). Am putea presupune că extrovertiții (EPI) sunt mai siguri pe ei dar mai puțin perseverenți și, în același timp, mai altruști și mai deschiși spre noi experiențe.

Trebuie precizat însă că, între factorii B.F. II și factorii EPI nu există o suprapunere perfectă având în vedere că factorii chestionarului B.F. II vizează și alte aspecte decât cele surprinse de chestionarul EPI. De

exemplu, factorul *sociabilitate* B.F. II pe lângă itemii operaționalizând *extroversiunea*, conține și itemi vizând *activismul*, *asertivitatea* și *afectivitatea*, fiind sensibil diferit atât de *extroversiunea* EPI cât și de *extroversiunea* din Modelele Big Five. În acest din urmă caz, chestionarul nostru diferă de exemplu de modelele propuse de Costa și McCrae (1990) sau de Howard & Howard, (2001), datorită slabei reprezentări prin itemi a subdimensiunilor *căutare de provocări* și *emoții pozitive*.

În mod similar celor descrise mai sus am presupus existența unor corelații semnificative și puternice dintre factorul *deschidere* B.F. II și inventarul *Adaptare-Inovare* (K.A.I.) și subfactorii acestuia.

Tabelul 3. Tabelul corelațiilor dintre factorii B.F. II. și K.A.I

Pearson Correlation					
	SOCIABILITATE (extroversiune)	NESIGURANTA (nevrozism)	PERSEVERENTA (constiincozitate)	ALTRUIISM (agreabilitate)	DESCHIDERE (deschidere la nou)
Originalitate	.476**	-.413**	-.438**	.384**	.627**
Ineficienta	.154**	-.007	-.564**	.259**	.368**
Nesupunere	.301**	-.177**	-.458**	.244**	.553**
Adaptare_Inovare	.417**	-.267**	-.680**	.394**	.687**

Tabelul corelațiilor dintre factorii B.F. II și factorii KAI (Tabelul 3) confirmă ipoteza inițială. Factorul *deschidere* B.F. II corelează puternic, pozitiv și semnificativ cu stilul inovativ KAI ($r = 687$), *originalitatea* ($r = 627$) și *nesupunerea* ($r = 553$).

În același timp factorul *perseverență* B.F. II corelează puternic negativ cu toți factorii KAI., din perspectiva acestor corelații putând afirma că o persoană cu cât este mai perseverentă cu atât este mai puțin originală sau inovativă, mai supusă (se conformează cu ușurință deciziilor șefilor sau grupului de muncă) și mai eficientă. Pe de altă parte *sociabilitatea* B.F. II corelează pozitiv cu

originalitatea, *nesupunerea* și *stilul inovativ* KAI, persoanele sociabile fiind recunoscute (Kirtton, 1976; Lattanzio, 1999), ca fiind mai originale și inovative și mai nonconformiste, comparativ cu persoanele mai puțin sociabile.

O altă probă folosită în cercetarea noastră - chestionarul DA 2.2006 - pune în evidență existența unor trăsături accentuate, adică a unor „însușiri speciale sau trăsături a căror intensitate depășește media, favorizând o pregnanță a manifestării respectivei trăsături” (Leonhard, 1972), în sens pozitiv sau negativ, în situații de viață diferite.

Tabelul 4. Tabelul corelațiilor dintre factorii B.F. II. și DA 2 2006

Pearson Correlation					
	SOCIABILITATE (extroversiune)	NESIGURANTA (nevrozism)	PERSEVERENTA (constiincozitate)	ALTRUIISM (agreabilitate)	DESCHIDERE (deschidere la nou)
demonstrativitate	.500**	-.188**	-.276**	.348**	.309**
hiperexactitate	-.206**	.158**	.546**	-.276**	-.335**
hiperperseverenta	.020	.175**	-.062	-.119**	-.035
nestapanire	.133**	.240**	-.124**	-.016	.051
hipertimie	.420**	-.333**	-.206**	.350**	.341**
distimie	-.441**	.358**	.420**	-.384**	-.454**
labilitate	-.004	.355**	-.190**	.088	.083
exaltare	.081	.229**	-.065	.212**	.019
anxietate	-.407**	.615**	.219**	-.251**	-.391**
emotivitate	-.179**	.392**	.102*	-.036	-.169**

Am identificat corelații semnificative multiple între factorii chestionarului B.F. II și dimensiunile accentuate D.A. 2.2006 (vezi Tabelul 4). De exemplu, *sociabilitatea* B.F. II corelează pozitiv cu *demonstrativitatea* ($r = .500$) și *hipertimia* ($r = .420$) și negativ cu *distimia* ($r = -.441$) și *anxietatea* ($r = -.407$). Altfel spus cu cât o persoană obține scoruri mai mari la sociabilitate, cu atât este mai dezinhbitată, predispusă să se dezvăluie cu ușurință celorlalți (demonstrativitate), are un surplus de energie pe care o investește în relațiile cu ceilalți (hipertimie), este mai puțin

anxioasă sau marcată de o afectivitate negativă (distimie). Factorul *nesiguranță* B.F. II corelează negativ cu *hipertimia* ($r = -.333$) și pozitiv cu *anxietatea* ($r = .615$), *distimia* ($r = .358$), *labilitatea* ($r = .355$), și *emotivitatea* ($r = .392$). Astfel, cu cât o persoană are scoruri mai mari la *nesiguranță* (nevrozism) cu atât ea are șanse să fie mai anxioasă, mai emotivă, cu tendințe distimice și o labilitate psihică mult mai pronunțată, comparativ cu persoane cu scoruri mici la acest factor (stabile emoțional). În mod similar, cu cât o persoană obține scoruri mari la factorul *perseverență* B.F. II cu

atât are șanse să aibă scoruri mari la *hiperexactitate* și *distimie* iar scorurile mari la factorul *altruism* (B.F. II) corelează cu scorurile mari la *demonstrativitate* și *hipertimie* și cu scoruri mici la *distimie*. În fine, *deschiderea* B.F. II corelează pozitiv cu *demonstrativitatea* și *hipertimia* și negativ cu *hiperexactitatea*, *distimia* și *anxietatea*. În acest din urmă caz, de exemplu, putem afirma faptul că persoanele cu scoruri mari la *deschidere* (B.F. II) au capacitatea de a sesiza și folosi oportunitățile în relațiile cu ceilalți (*demonstrativitate*) și predispoziția de a se implica în proiecte diverse și multiple (*hipertimia*). În același timp astfel de persoane au o înclinație redusă spre planificare și verificare (*hiperexactitate*) și o dispoziție la polul opus seriozității și apatiei specifice *distimicului*.

Concluzii

Reamintim că *validitatea de conținut* pentru itemii Chestionarului B.F. II. a fost verificată la începutul activității de cercetare și construcție a itemilor prin proba experților, în timp ce consistența internă a probei (măsură a fidelității și estimare a pragului maxim al validității) a fost probată pe ambele loturi de subiecți, obținând valori superioare pragului de .700 (Alpha Cronbach).

În ceea ce privește verificarea validității convergente, relațiile prezentate în paragrafele anterioare credem că ilustrează în mod convingător aspecte semnificative ale acesteia. La o primă estimare, ca rezultate ale acestor analize, putem afirma că am adus probe concludente care să susțină ideea validității concurente pentru factorii *nesiguranță* (nevrozism) și *sociabilitate* (extroversiune) prin corelațiile mari obținute de acești factori cu factori similari din EPI (Eysenck). Prin corelații obținute între factorii Inventarului Adaptare - Inovare K.A.I. (Kirton) am probat validitatea concurentă a factorului *deschidere* din B.F. II. și o verificare parțială a factorului *perseverență* (corelații negative superioare valorii .680 cu scala Adaptare - Inovare). Corelațiile multiple stabilite între factorii chestionarului construit de noi și dimensiunile accentuate puse în evidență de Chestionarul D.A. 2.2006, completează acest tablou, oferind alte serii de corelații convergente convingătoare.

Specificăm faptul că o verificare completă a validității concurente a probei construite de noi o vom considera încheiată

doar după realizarea unor studii care să pună în relație factorii chestionarului B.F. II. cu alte probe similare construite după Modelul Big Five. Numai după ce vom obține coeficienți de corelație la praguri superioare valorii .600 pentru fiecare dintre perechile de factori similari, din două sau mai multe probe similare recunoscute, construite după modelul Big Five, ne vom declara mulțumiți considerând verificarea validității concurente a probei construite de noi satisfăcătoare.

Chestionarul construit de noi trece printr-un proces de dezvoltare pentru a surprinde întreaga plajă de semnificații a fiecărui factor din modelul Big-Five și printr-un proces de validare concurentă. Sunt de asemenea în derulare și studii de verificare a fidelității și a validității de criteriu (validitate predictivă).

Prin itemii dihotomici egal dezirabili și absența corelațiilor sau corelațiile mici dintre factorii BF II și scala de minciuna din cadrul EPI (vezi Tabelul 2), proba construită de noi credem că are și avantajul unei rezistențe mari la tendința de fațadă care apare în situațiile de evaluare psihologică. Din acest motiv dar și datorită faptului că este o probă autohtonă, construită „după mintea românului”, ne propune să o impunem ca o probă validă ce poate fi utilizată cu succes în procesul de selecție profesională

Rezumat

Studiul a avut ca obiectiv construirea unui chestionar standardizat autohton de evaluare a personalității, după modelul Big Five, chestionar aplicabil în context organizațional fiind rezistent la tendința de fațadă specifică situațiilor de selecție de personal. Conceptele utilizate în fundamentarea teoretică și în construcția acestei probe au fost cele subsumate modelului Big Five de evaluare a personalității. Metodele utilizate au fost cele specifice construcției și validării primare a unei astfel de probe: cele de definire și descriere a dimensiunilor cheie, de modelare a itemilor, de verificare a validității de conținut (proba experților) etc. Chestionarul rezultat a fost aplicat pe un lot de 524 de subiecți din cadrul populației generale. Rezultatele obținute confirmă identificarea a 5 factori de personalitate, definiți de autori ca sociabilitate, neîncredere, persistență, altruism și deschidere, factori corespondenți ai celor cinci descriși în literatura de specialitate. Sunt analizate relațiile celor cinci factori cu variabile semnificative ale personalității puse în evidență de alte probe psihologice aplicate în paralel pe același lot

(introversiune – extroversiune, stabilitate emoțională – nevrozism, originalitate, eficiență, conformism etc.). Sunt descrise și diferențele obținute în scorurile pentru cei cinci factori în funcție de variabilele vârstă, sex, studii și nivel de venituri.

Cuvinte cheie: evaluarea personalității, modelul Big Five, validitate de conținut, validitate concurrentă

Bibliografie

- Abraham J. D., Morrison, J. D., (2003). Relationship between the Performance Perspectives Inventory's Implementing Scale and Job Performance of Incumbents in a Dual Security/Service Role. *Applied HRM Research*, 8, Number 2, 73-76.
- Agape, A. M. (2004) *Orientare spre eroare și stil cognitiv – Modelul Big Five și replicarea acestuia în limba română* manuscris lucrare de licență.
- Allport, G. W. (1991). *Structura și dezvoltarea personalității*, Editura Didactică și Pedagogică, București.
- Envick, B. & Langford, M, (2003), The Big-Five Personality Model: comparing male and female entrepreneurs. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 9(1), 1-10.
- Chaplin, J.P. (1985) *Dictionary of Psychology*, Second Revised Edition, New York, Laurel.
- Costa, P.T. și McCrae, R.R. (1990). Personality disorders and the five-factor model of personality. In: *Journal of Personality Disorders*, 4, 362–371.
- Costa, R. R., McCrae, P.T. (2003). *Personality in Adulthood: A Five Factor Theory Perspective* ediția a 2-a, Guilford Press, New York.
- Constantin T, Iarcuczewicz, I. Constantin L. Fodorea A. Căldare L. (2007). *Persistența motivațională și operaționalizarea ei în vederea evaluării potențialului motivațional individual*, în *Analele de Psihologie și Științe ale Educației*, Editura Universității „Al I. Cuza”, volum 2007, 23 – 35.
- Dîrțu, C. (2007). *Psihologia personalității în Psihopedagogie socială*, suport de curs, anul II ID, Editura Universității „Al Ioan Cuza”, Iași.
- Digman, J. (1996). *The Curious History of the Five-Factor Model* în *Handbook of Psychology: Theory and Research*, Guilford, New York.
- Goldberg, L. R. (1990). An alternative "description of personality": The Big-Five factor structure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 1216-1229.
- Howard, P.J., & Howard, J.M. (2001). *Professional Manual for the Workplace Big Five Profile (WB5P)* Charlotte: Center for Applied Cognitive Studies.
- Howard, P. J.; Howard, J. M., (2004). *The Big Five Quickstart: An Introduction To The Five Factor Model Of Personality For Human Resource Professionals*, in *Center for applied cognitive Studies (CentACS)*, <http://www.centacs.com/quickstart.htm>. (03.09.2008).
- Kirton, M.J., (1976). Adaptors and innovators: A description and measure. *Journal of Applied Psychology*, 61, 5, 622-629.
- Lattanzio, G. A., (1999), *The Myers-Briggs Type Indicator Meets the Kirton Adaption-Innovation Inventory: An Executive Summary of Sundell's 1999 Master's Project*, International Center for Studies in Creativity, Buffalo State College, State University of New York, (03.09.2008), <http://www.buffalostate.edu/orgs/cbir/readi ngroom/execsums/Sundevx.pdf>
- Leonhard, K., (1972). *Personalitati accentuate in viata si in literatura*, Editura Enciclopedică Română, București.
- Minulescu M., (1996). *Chestionarele de personalitate în evaluarea psihologică*, Editura Garell Publishing House, București.
- Norman, W. T. (1967). *2800 personality trait descriptors: Normative operating characteristics for a university population*. Ann Arbor: University of Michigan, Department of Psychology.
- Robins, R. W., Tracy, J. L., Trzesniewski K., Potter, J., Gosling S. D, (2001). Personality Correlates of Self-Esteem. *Journal of Research in Personality* 35, 463–482.
- Rubinstein, G. (2004). The big five among male and female students of different faculties. *Personality and Individual Differences*, 38, 7, 1495-1503.
- Saucier, G., & Goldberg, L. R. (1996). The language of personality: Lexical perspectives on the five-factor model. In J. S. Wiggins (Ed.), *The five-factor model of personality: Theoretical perspectives*, New York: Guilford.