

Schede per il materiale della Biblioteca Test

Scheda a cura di
(Supervisione: Prof. V. Rubini, Dr A. D'Amato)

Titolo del test: Myers-Briggs Type Indicator (MBTI)

Autori del test: Isabel Myers, Katharine Briggs

Edizione: Versione Italiana a cura di A. Saggino, O.S. Organizzazioni Speciali,
Firenze, 1991.

- Ambito di utilizzo
 - Ricerca
 - Selezione del personale
 - Orientamento scolastico/professionale
- Modello teorico di riferimento

L'Indicator si basa sulla teoria dei tipi psicologici di Jung(1923) secondo la quale molte delle variazioni,apparentemente casuali,del comportamento umano sono in realtà abbastanza ordinate e coerenti in quanto causate da differenze basilari nel funzionamento mentale. La teoria sostiene che le preferenze sono basate su una disposizione interna e ci si aspetta che le differenze visibili diventino maggiori attraverso la fanciullezza,l' adolescenza e la giovinezza poichè l' effetto cumulativo dell' utilizzazione di un processo più dell' altro diventa sempre più evidente nelle abitudini mentali e nel comportamento. Anche quando lo sviluppo è stato positivo le persone hanno il loro lato ombra , che è prodotto dai processi meno sviluppati e questo spiega alcune contraddizioni delle persone. Le differenze tipologiche producono differenze negli interessi , nei valori e nelle tecniche di soluzione dei problemi che possono facilitare o ostacolare le relazioni tra persone.

- Costrutto misurato

L' Indicator vuole accettare le preferenze di base di una persona misurandone i tratti attraverso gli indici : E, I, S, N, T, F, J, P; e il tipo risulta dalla combinazione di quattro indici scelti tra questa serie di coppie di opposti.

- E/I :preferenza tra estroversione e introversione e influenza la scelta dell'individuo riguardo alla direzione di percezione e giudizio sull'ambiente o sul mondo delle idee.
- S/N :preferenza tra sensazione e intuizione; scelta di quale di questi due tipi di percezione fare affidamento. S (Sensazione) è il processo per mezzo del quale diveniamo coscienti attraverso i sensi ed N (Intuizione) è la percezione indiretta attraverso l'inconscio accompagnata da idee e associazioni che l'inconscio aggiunge alle percezioni dall'esterno. Le persone che preferiscono la sensazione sono

più interessate alla realtà che le circonda. Le persone che preferiscono l'intuizione sono più interessate alle possibilità che gli si presentano. Ciascuno incanala il proprio interesse e la propria energia in attività che gli diano la possibilità di usare la propria mente nel modo in cui preferisce usarla.

- T/F :preferenza tra pensiero e sentimento ; scelta di quale di questi due tipi di giudizio fare affidamento. T (Pensiero) è il processo logico diretto a un risultato impersonale. F (Sentimento) è il processo di valutazione a suo modo ugualmente logico che conferisce alle cose un valore personale e soggettivo. Un giudizio basato sul pensiero implica una valutazione delle cose del tipo "vero/falso". Un giudizio basato sul sentimento implica una valutazione delle cose del tipo "piacere/avversione". La preferenza per il pensiero esprime una personalità orientata all'organizzazione di fatti e idee, mentre la preferenza per il sentimento esprime una personalità orientata a occuparsi delle relazioni umane.
 - J/P :preferenza tra giudizio e percezione ;scelta di quale di questi atteggiamenti usare per affrontare l'ambiente esterno .
- Kit del test
 - Fascicolo
 - Foglio di profilo
 - Foglio di risposta
 - Griglia/e di correzione
 - Manuale
 - Somministrazione
 - Qualifica del somministratore del test
 - Psicologo iscritto all'albo
 - Qualifica del valutatore del test
 - Psicologo iscritto all'albo
 - Destinatari - Fasce d'età:
 - 16-18
 - Adulti
 - 4-8 anni
 - Livello culturale:
 - cultura media
 - cultura superiore
 - Tempi di somministrazione:
 - 40 minuti circa.
 - Tempi di correzione:
 - La correzione mediante griglie manuali richiede un tempo di 10 minuti circa.
 - Modalità di somministrazione:
 - individuale
 - collettiva
 - Modalità di presentazione degli stimoli:
 - carta-matita
 - Materiale di stimolo e risposta:
 - Fascicolo
 - Foglio di risposta
 - Modalità di correzione:
 - con griglia manuale
 - Modalità di risposta:

- Ai soggetti viene richiesto di scegliere, per ogni item, la risposta a loro più consona scegliendo tra un minimo di 2 alternative ad un massimo di 5.
- Forme:
 - Standard
- Caratteristiche psicometriche
 - Attendibilità:

E' stata indagata a vari livelli.

 - attraverso l' uso di una logica procedura di divisione a metà (SPLIT-HALF-RELIABILITY) di ogni indice accoppiando gli item che più si assomigliano e che correlano di più.
 - utilizzando il punto critico di scelta (CUTTING-POINT) ottimale per mezzo del quale i due tipi di persone possono essere nettamente divisi. Per questo è stato usato il metodo della regressione di una variabile dipendente , cioè una variabile rispetto alla quale le due categorie di persone si comportano in maniera completamente differente , in modo che risulti evidente una discontinuità tra le due metà della regressione. Laddove si incontri una tale discontinuità si sostiene l' ipotesi che l' indice riflette una dicotomia. Il dato sembra sostenere sia la teoria sia la validità dell'Indicator.- Validità di costrutto:

Nell' indicator si generano quattro punteggi di preferenza : ogni indice riflette una delle quattro preferenze che determinano il tipo ; il punteggio di ogni indice consiste in una lettera che indica la direzione della preferenza seguita da un numero che indica la sua intensità ; per ognuno dei quattro indici sono richieste due griglie . I punteggi zero sono stati eliminati raddoppiando il punteggio grezzo e sommando 1 in una direzione predeterminata per garantire che la differenza finale sarà dispari . Sull' indice TF il punteggio è diverso per i due sessi. Le intercorrelazioni per le varie popolazioni accademiche confermano che EI , SN , e TF sono virtualmente indipendenti gli uni dagli altri ; JP corrisponde costantemente con SN poiché gli intuitivi sono un po' più frequenti tra i percettivi . L' indicator è destinato all' esame delle differenze tra persone con differenze opposte , perciò le statistiche dovrebbero per ogni indice descrivere i due gruppi da confrontare . La frequenza di ciascuna preferenza è riferita ai tipi e l' intensità media di ogni preferenza è riferita all' intensità del punteggio . Le distribuzioni di frequenza tendono ad essere distribuzioni platicurtiche il cui grado varia a seconda del campione. I correlati più importanti dell' indicator sono i tipi stessi . Sono state trovate correlazioni con: gli opposti junghiani rappresentati dal Gray-Whellwright ; gli interessi dello Strong Vocational Interest Blanc ; i valori misurati dall' Allport Vernon Lindzey Study of Values (AVL) ; i bisogni misurati dall' Edwards Personal Preference Schedule (EPPS) e con le scale del Personality Research Inventory (PRI) . Correlazioni con altre variabili : Turnover nei lavori di servizio pubblico (predominanza finale degli

estroversi nei lavori attivi ; dei tipi F e E nei lavori di vendità); valutazioni del corpo insegnanti ; creatività (studi di Mac Kinnon).

- Validità di contenuto:

Un significativo numero di item dell' MBTI è focalizzato sull' analisi della soluzione di situazioni problematiche. E' stato scelto il questionario di competenza euristica KFST (Staudel) come criterio di validità. L' obiettivo della ricerca era l' analisi delle relazioni tra le dimensioni del MBTI e l'autovalutazione delle abilità individuali nelle situazioni problematiche quotidiane . Attraverso il KFST sono stati identificati 5 indici : Heuristic competence (HC); Emotional tension (E); Problem Adequate Behavior (PADS), regression (REG), resignation (RES). La dimensione I ed F correlano positivamente con Emotional tension, S con Heuristic competence e N con resignation, T con regression, J correla positivamente con Problem Adequate behavior. Alla luce dei dati si può affermare che ci sono correlazioni significative tra il MBTI e le dimensioni del KFST (Ruiselova, 1995).

- Validità concorrente:

- Il MBTI è stato confrontato con 3 scale del NEO-PI (Nevrotismo, Estroversione e Creatività) in campione formato di 209 (48 maschi e 161 femmine). Le correlazioni principali sono stati rilevati con il Nevrotismo del NEO-PI con valori comprese tra .00 e .40 per I; tra .02 e .58 per E e tra .01 e .58 per N.
- Il confronto tra le scale dell'HBI (Hutchins Behavior Inventory) è stato effettuato in uno studio (N=134); si è riscontrata una correlazione di -.30 della dimensione Attività con E/I; -.35 tra Pensiero/Sentimento di entrambi i test; .32 tra Sentimento/Azione del HBI con T/F .
- CEI (Career Exploration Inventory) :alta correlazione di E del Myers con le dimensioni Persuasività e Influenza e alta correlazione anche di S con la dimensione Creatività.

- Campioni normativi:

Standardizzazione italiana iniziale: campione di 256 studenti.

- Dati normativi:

Analisi statistiche sul campione italiano: dai dati si osserva che la scelta di una preferenza varia in relazione al sesso ed all'istituto scolastico di provenienza. Le percentuali rilevate dal campione sono:

- Liceo classico: su un totale di 141 soggetti (63 maschi e 78 femmine) risulta il 42 % per l'Estroversione; il 58% per l' Introversione; il 49% per la Sensazione ;il 51% per l'Intuitività; il 67% per il Pensiero; il 33% per il Sentimento ; il 26% per il Giudizio; il 74% per la Percezione.
- Istituto Tecnico Commerciale: su un totale di 115 soggetti (44 maschi e 71 femmine) : 57% per l'Estroversione; 43% per l' Introversione;76% per la Sensazione ; 24% per l'Intuitività;

65% per il Pensiero; 35% per il Sentimento; 31% per il Giudizio; 69% per la Percezione.

Scuole diverse attraggono tipi diversi. Dalle statistiche si evince che il Liceo Classico attrae maggiormente i tipi INTJ,ISTP,ISTJ,INFP,ENTP;l'Istituto Tecnico Commerciale attrae di più i tipi ESTP, ISTJ, ESFP, ISTP, ENTP. I dati raccolti indicano che il MBTI (forma F) è sufficientemente attendibile.

- **Bibliografia**

Manuale del test Studia Psychologica,37,1995,3 (per la validità di contenuto); Psychological Reports,1995 (per la validità concorrente)