

Validation and standardization of two job- personality questionnaires, DISC Personality Profiler and Hogan Personality Inventory, among personnels of IRANs Refinery and Distribution of Petroleum Products Company

N.Fasihzadeh

Ph.D. Student in Psychology, University of Isfahan, Isfahan, Iran

S.H,R. Oreyzi Samani*

Professor of Psychology, University of Isfahan, Isfahan, Iran

H.Shahbazi

Assistant Professor of Mechanics, University of Isfahan, Isfahan, Iran

Abstract

Most of the present personality measurement instruments of the country are for judging about the people in clinical contexts and they are not so much applicable in organizational contexts. Therefore, this study was conducted to investigate psychometric attributes of DISC Personality Profiler (Carlson Learning Institution, 1994) and Hogan Personality Inventory (HPI, Hogan, Hogan, 1995) and their concurrent criterion validity with Myers Briggs Type Indicator (Myers, Brigs,1962) and HEXACO(Ashton, Lee,2000) in two independent studies. Samples were 230 personnel in the first, and 300 personnel in the second study selected via simple randomized technique from Isfahan Refinery and Distribution of Petroleum Products Company. Data were analyzed with percentile rank, Pearson correlation and confirmatory factor analysis .The results confirm concurrent validity of DISC and HPI. Normalization of two primary personality instruments in organizational environment. These results show that these instrument can be used in HR significant practices namely personnel selection, classification and effective succession planning.

Keyword: DISC Personality Profiler, Hogan Personality Inventory, Myers Briggs Type Indicator, criterion validity, personnel.

* dr.oreyzi@edu.ui.ac.ir

اعتباریابی و هنجاریابی پرسش‌نامه‌های شخصیتی - شغلی DISC و HPI در بین کارکنان سازمان پالایش و

پخش فراورده‌های نفتی ایران

نرجس فصیحی‌زاده^۱، سیدحمیدرضا عریضی سامانی^{۲*}، حامد شهبازی^۳

۱- دانشجوی دکترای روان‌شناسی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

fasihizade@edu.ui.ac.ir

۲- استاد روان‌شناسی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

dr.oreyzi@edu.ui.ac.ir

۳- استادیار مکانیک، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

eng.ui.ac.ir@shahbazi

چکیده

بیشتر ابزارهای موجود برای سنجش شخصیت در کشور به منظور قضاوت درباره افرادی به کار می‌روند که در محیط‌های بالینی ارزیابی می‌شوند. این ابزارها در محیط‌های سازمانی کاربرد چندانی ندارند؛ از این رو پژوهش حاضر با هدف بررسی ویژگی‌های روان‌سنجی نیم‌رخ‌ساز شخصیت DISC (مؤسسه یادگیری کارلسون، ۱۹۹۴)، پرسش‌نامه شخصیت هوگان HPI (هوگان و هوگان، ۱۹۹۵)، بررسی اعتبار ملاکی هم‌زمان این ابزارها با تیپ‌نمای مایرزبرینگز (مایرز و برینگز، ۱۹۶۲) و HEXACO (اشتون و لی، ۲۰۰۰) در دو مطالعه مستقل انجام شده است. نمونه مطالعه اول شامل ۲۳۰ نفر و مطالعه دوم شامل سیصد نفر می‌شود که از میان کلیه کارکنان شرکت پالایش و پخش فراورده‌های نفتی اصفهان با روش تصادفی ساده انتخاب شده‌اند. داده‌ها با استفاده از شاخص‌های رتبه درصدی، تحلیل عوامل تأییدی و ضریب هم‌بستگی پیرسون تحلیل شده‌اند. یافته‌ها از تأیید اعتبار ملاکی پرسش‌نامه‌های HPI و DISC حکایت می‌کند. در این پژوهش هنجارهای دو ابزار اصلی شخصیت در محیط سازمانی برای نخستین بار به دست آمده است. هنجارهای مذکور در فعالیت‌های مهم منابع انسانی، از جمله گزینش کارکنان، طبقه‌بندی شغلی و نظام جانشینی، کاربرد دارند.

واژه‌های کلیدی: نیم‌رخ‌ساز شخصیت DISC، پرسش‌نامه شخصیت هوگان HPI، تیپ‌نمای مایرزبرینگز، اعتباریابی

ملاکی، کارکنان

مقدمه

استخدام افراد مناسب برای پست‌های سازمانی می‌تواند به صورت بالقوه با افزایش اثربخشی و ماندگاری کارکنان در سازمان و کاهش غیبت شغلی از هدررفتن بسیاری از هزینه‌ها در سازمان جلوگیری کند. رویکردهای ارزیابی شخصیت مانند آزمون‌های قضاوت موقعیتی، مراکز ارزیابی و مصاحبه با ساختار با وجود اینکه نسبت به آزمون‌های شخصیت خودگزارشی بسیار گران‌تر و زمان‌برتر هستند، به وفور استفاده می‌شوند. در عین حال برتری آنها نسبت به آزمون‌های شخصیت خودگزارشی تأیید نشده است (اونز و همکاران، ۲۰۰۷)؛ بنابراین بسیاری از سازمان‌ها برای ارزیابی در تصمیم‌گیری‌های استخدامی به مقیاس‌های خودگزارشی روی آورده‌اند. سو^۲ (۲۰۰۴) به نقل از راستین و گافین^۳ (۲۰۰۶) دریافت که بازار آزمون‌های شخصیت سالانه رشدی نزدیک به ده درصد دارد؛ زیرا محققان بسیاری رابطه ویژگی‌های شخصیتی و عملکرد شغلی را به دست آورده‌اند (اونز و همکاران، ۱۹۹۴؛ باریک و مونت،^۴ ۲۰۰۱؛ جاج و لیس،^۵ ۲۰۰۲؛ هوگان و هولند،^۶ ۲۰۰۳؛ جاج و همکاران، ۲۰۱۳؛ پروین،^۷ ۲۰۱۵؛ جاج و همکاران، ۲۰۱۵).

این در حالی است که اکثر ابزارهای سنجش شخصیت موجود در کشور برای قضاوت درباره افرادی کاربرد دارند که در محیط‌های بالینی ارزیابی می‌شوند؛ زیرا در محیط‌های صنعتی و سازمانی موقعیت‌های مختلفی پیش می‌آید که افراد باید متناسب با آن رفتار خود را تطابق دهند؛ از این رو سازمان پالایش و پخش فراورده‌های نفتی ایران طرح پژوهشی حاضر را به منظور تأیید ویژگی‌های

روان‌سنجی دو مورد از ابزارهای جدید و مطرح شخصیتی-شغلی پیشنهاد کرد. اولین مورد، ابزار نیم‌رخ‌ساز شخصیت DISC^۸ (مخفف چهار بُعد تسلط یا احاطه، تأثیرگذاری، ثبات، وظیفه‌شناسی یا فرمانبرداری) است. این ابزار به طور گسترده در استخدام به کار گرفته می‌شود؛ همچنین از مدیریت، آموزش فروش و تشکیل تیم گرفته تا روابط خانوادگی، انتخاب کار، ارتباطات، برنامه‌ریزی حرفه و شغل و روابط اجتماعی کاربرد گسترده‌ای دارد. یکی از دلایل کاربردی بودن این ابزار آن است که برای ارزیابی دقیق و خاص رفتارهای مرتبط با شغل طراحی شده است. کاربردهای عملی آن در رهبری اقتضایی (توماس،^۹ ۱۳۸۷) و تناسب شخصیت با شغل (کاسپی و بم،^{۱۰} ۱۹۹۰) دیده می‌شود. مؤسسه یادگیری کارلسون^{۱۱} (۱۹۹۴) پرسش‌نامه DISC را براساس نظریه رفتاری مارستون^{۱۲} (مارستون، ۱۹۲۸) طراحی کرده است. برای درک نظریه مارستون بهتر است مشابهت آن با دو نظریه موری (موری، ۱۹۳۸) و آلپورت در نظر گرفته شود. مارستون برای توصیف واکنش‌های افراد در زندگی روزمره، نوع جدیدی از الگوی دوجوری را طراحی کرد که اساس نهایی DISC به شمار می‌رود. در این الگوی دایره‌ای دو محور منطبق بر هم قرار دارد. محور اول از چهار قطب جسارت، کنترل، صراحت و پذیرا بودن تشکیل شده و محور دوم به گونه‌ای بر محور اول انطباق یافته است که هریک از چهار ربع آن مابین دو قطب محور اول قرار می‌گیرد و با یک تیپ رفتاری خاص ارتباط دارد. این چهار نوع رفتار با نام‌های تسلط، تأثیرگذاری، ثبات، وظیفه‌شناسی یا فرمانبرداری مشخص می‌شوند. (بونستتر^{۱۳}، ۲۰۰۷).

^۸ Dominance, Influence, Steadiness, Conscientiousness

^۹ Thomas

^{۱۰} Cospi & Bem

^{۱۱} Carlson Learning Institute

^{۱۲} Marston Behavioral Model

^{۱۳} Bonnstetter

^۱ Ones, Dilchert, Chockalingam, & Judge

^۲ Hsu

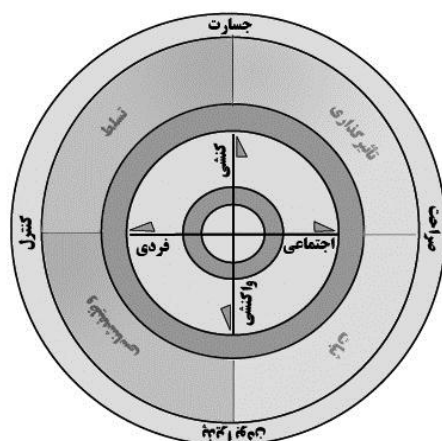
^۳ Rothstein & Goffin

^۴ Barric & Mount

^۵ Judge & Ilies

^۶ Hogan & Holland

^۷ pervin



شکل شماره ۱. الگوی دوماحوری مارستون (بونستر، ۲۰۰۷)

DISC^۱ پایایی ابعاد را برابر با تسلط ۰/۹۲، تأثیرگذاری ۰/۸۷، ثبات ۰/۸۸ و وظیفه‌شناسی ۰/۸۵ دانسته است. مقیاس تسلط از پرسش‌نامه pf۱۶ کنترل با مقیاس D پرسش‌نامه دیسک ارتباط مثبت و معنادار ($r = 0.62$) و با مقیاس S رابطه منفی و معنادار ($r = -0.52$) نشان داده است. مقیاس سرزندگی پرسش‌نامه کنترل با مقیاس I رابطه مثبت معنادار ($r = 0.61$) و با مقیاس C رابطه منفی معنادار ($r = -0.45$) دارد. مقیاس حساسیت از پرسش‌نامه کنترل رابطه منفی متوسط، اما معنادار، با مقیاس D، مقیاس خلق استوار با مقیاس C پرسش‌نامه دیسک رابطه مثبت کم، اما معنادار، دارد. مقیاس درون‌گرایی/بیرون‌گرایی پرسش‌نامه MBTI با مقیاس D ($r = 0.65$) رابطه مثبت معنادار و با مقیاس C ($r = -0.35$) پرسش‌نامه دیسک رابطه منفی معنادار دارد؛ با این حال درباره ویژگی‌های روان‌سنجی آن در ایران شواهد پژوهشی گزارش نشده است؛ هرچند مدیران صنایع، از جمله شرکت پالایش و پخش ۱۳۸۸-۱۳۸۹، شرکت رایتل ۱۳۸۹، شرکت مپنا ۱۳۹۵، کارخانجات داروپخش ۱۳۹۴، به دلیل داشتن نتایج عملی امیدوارکننده به کاربرد آن علاقه‌مند بوده و در گزینش و جانشینی کارکنان از آن استفاده کرده‌اند، به این سؤال که آیا

رفتارهایی که عناصر جسارت و کنترل را با یکدیگر ترکیب می‌کنند، با واژه تسلط و برتری توصیف می‌شوند. افراد سلطه‌جو (افرادی که در مقیاس D نمره بالایی دارند) به نقش‌هایی جذب می‌شوند که به آنها استقلال و قدرت فردی می‌بخشد و به آنان توان می‌دهد تا با انرژی و اراده‌ای محکم با چالش‌ها روبه‌رو شوند. بعد تأثیرگذاری در افرادی غالب است که از نظر سماجت و جسارت در سطح بالایی ارزیابی می‌شوند؛ اما به جای کنترل، صراحت با جسارت ترکیب و باعث می‌شود فرد اجتماعی‌تر باشد، نه اینکه مثل افراد سلطه‌جو به‌طور مستقل عمل کند (این افراد در بعد تأثیرگذاری، یعنی I، نمره بالا کسب می‌کنند) (آی‌سایت، ۲۰۰۸). در ربع سوم هنوز هم صراحت وجود دارد؛ اما از سماجت و جسارت فاصله می‌گیرد و شخصیت‌های پذیرا و مقیاس ثبات مطرح می‌شود. مقیاس وظیفه‌شناسی در ربع چهارم از برخورد عنصر پذیرا بودن با کنترل به دست می‌آید. افرادی که در مقیاس وظیفه‌شناسی (C) نمره بالا کسب می‌کنند، طرفدار قوانین و مقررات و ساختارند (بونستر، ۲۰۰۷). توجه به ابزار پژوهشی الگوی رفتاری مارستون در سال‌های اخیر در جامعه جهانی رو به فزونی بوده و شواهدی از اعتبار، پایایی و هنجاریابی آن از نمونه‌های مختلف به دست آمده است. آی‌سایت (۲۰۰۸) در گزارش اعتبار پرسش‌نامه

² DISC® Classic Validation Report

ابزار مذکور ویژگی‌های روان‌سنجی دارد یا خیر، پاسخ داده نشده است؛ از این رو هدف مطالعه اول این پژوهش بررسی ویژگی‌های روان‌سنجی این ابزار و رابطه ابعاد تیپ‌نمای مایرزبریگز (MBTI)^۱ و مقیاس DISC (اعتبار ملاکی از نوع هم‌زمان) است. علت انتخاب پرسش‌نامه MBTI به‌منزله پرسش‌نامه ملاک، اشتراک و قرابت نیم‌رخ‌ساز شخصیت DISC با تیپ‌نمای مایرزبریگز است (گزارش پژوهشی آسیات، ۲۰۰۵). از طرفی پاسخ‌گویی به هر دو پرسش‌نامه به‌صورت گزینه «بایست» است. هر دو در محیط‌های سازمانی پرکاربرد قرار دارند و برای ارزیابی دقیق و خاص رفتارهای مرتبط با شغل طراحی شده‌اند. DISC چهار بُعد رفتار طبیعی را در مقابل چهار سؤال قرار داده است. D پاسخ به مسائل و چالش‌ها، I تأثیر بر دیگران، S واکنش به تغییرات محیط و C واکنش به قواعد و قوانین را شامل می‌شود و در مقابل، MBTI چهار مقیاس دو مقوله‌ای را به گونه‌ای استخراج می‌کند که E-I محلی که فرد انرژی خود را از آن به دست می‌آورد، S-N چگونگی جمع‌آوری اطلاعات فرد، T-F شیوه‌ای که فرد برای تصمیم‌گیری از آن استفاده می‌کند و J-P جهت‌گیری فرد نسبت به جهان بیرون را نشان می‌دهد (مایرزبریگز، مک کوالی، ماست، ۱۹۸۵)^۲ و هر دو پرسش‌نامه براساس این مقیاس‌های اصلی، تیپ شخصیتی فرد و توصیفات کاربردی درباره او را ارائه می‌دهند؛ از طرف دیگر محققان ابزارهایی را شناسایی کرده‌اند که سازه‌هایی مانند پرخاشگری، بازیگوشی یا ثبات عاطفی را اندازه‌گیری می‌کنند و از لحاظ نظری به سازه‌هایی مربوط می‌شوند که با سؤال کردن اندازه‌گیری شده‌اند؛ مانند تسلط، تأثیرگذاری و تطابق؛ به‌طور مثال مقیاس تأثیرگذاری پرسش‌نامه

DISC به‌لحاظ نظری با سازه برون‌گرایی پرسش‌نامه MBTI ارتباط دارد؛ بنابراین سؤالی که در مطالعه اول به آن پاسخ داده می‌شود، این است که آیا مقیاس شخصیت DISC از پایداری و روایی کافی برخوردار است؟ دومین ابزاری که در این پژوهش با مطالعه‌ای مستقل ویژگی‌های روان‌سنجی آن بررسی شد، پرسش‌نامه شخصیت هوگان^۳ (HPI) است که نخستین بار پژوهشگر این مقاله از مرکز ارزیابی هوگان آن را دریافت و در ایران اجرا کرد. HPI یک مقیاس شخصیتی-شغلی به‌نجار است که براساس مدل پنج‌عاملی و مبتنی بر نظریه تحلیلی اجتماعی هوگان (هوگان، ۱۹۸۳) راجع به شخصیت طراحی شده است. این نظریه به ارتباط بین انگیزش اساسی آدمی، رفتار اجتماعی و رشد شخصی فرد مربوط می‌شود. نظریه تحلیلی اجتماعی هوگان (۱۹۸۳)، (۱۹۹۱، ۱۹۹۶) تفاوت‌های فردی در اثربخشی بین‌فردی را روشن می‌کند و در سنت دیرینه روان‌شناسی بین‌فردی ریشه دارد (کارسون، ۱۹۶۹)^۴؛ لیری، ۱۹۵۷^۵؛ سولیوان، ۱۹۵۳^۶ و ویگینز، ۱۹۷۹^۷. نظریه مذکور بر پنج فرض مبتنی است: بهتر است شخصیت در شرایط تکامل انسان درک شود؛ مردم در جایگاه حیواناتی تکامل یافته‌اند که به‌صورت گروهی زندگی می‌کنند و از فرهنگ بهره می‌برند؛ مهم‌ترین انگیزه انسان تسهیل زندگی گروه و افزایش بقای فردی است؛ تعامل اجتماعی عبارت است از مذاکره برای پذیرش و موقعیت و در آخر اینکه برخی مردم در این زمینه اثربخش‌تر از دیگران‌اند (هوگان و هوگان، ۱۹۹۶)^۸؛ هوگان و همکاران، ۱۹۸۵^۹. این نظریه بر دو تعمیم به رفتار سازمانی

^۳ Hogan Personality Inventory

^۴ Carson

^۵ Leary

^۶ Sullivan

^۷ Wiggins

^۸ Hogan & Hogan

^۹ Hogan et al

^۱ Myers Briggs Type Indicator

^۲ McCaulley, Most

مبتنی است: مردم همیشه در گروه‌ها زندگی می‌کنند (کار می‌کنند) و گروه‌ها همیشه ساختار سلسله‌مراتبی دارند. این تعمیم‌ها به وجود دو الگوی انگیزشی گسترده اشاره دارند که عبارت‌اند از رفتار طراحی شده برای «همراه بودن»^۱ با دیگر اعضای گروه و «پیشی گرفتن»^۲ یا رسیدن به موقعیت دیگر اعضای گروه. همراه بودن و پیشی گرفتن از موضوعات آشنا در روان‌شناسی شخصیت محسوب می‌شوند (رجوع شود به آدلر،^۳ ۱۹۳۹؛ باکان،^۴ ۱۹۶۶؛ رانک،^۵ ۱۹۴۵؛ ویگینز و تراپنل،^۶ ۱۹۹۶) که اهمیت آنها در این جمله داروین روشن شده است: افرادی که نتوانند با دیگران بمانند و افراد فاقد موقعیت و قدرت، فرصت‌هایشان برای موفقیت در تولید مثل تقلیل می‌یابد. نظریه تحلیل اجتماعی تصریح می‌کند که شخصیت باید از دیدگاه بازیگر و ناظر تعریف شود. شخصیت از دیدگاه بازیگر در واقع هویت فرد است و در قالب راهبردهایی که یک فرد برای دنبال کردن پذیرش و موقعیت استفاده می‌کند، خود را نشان می‌دهد. هویت، رفتار اجتماعی یک بازیگر را کنترل می‌کند. شخصیت از دیدگاه ناظر در حقیقت شهرت فرد است که در قالب سنجش صفات تعریف می‌شود؛ مانند یاری‌رسان، پرحرف، رقابتی، آرام، کنجکاو و غیره. شهرت، بازتاب دیدگاه یک ناظر از روش‌های ویژه رفتارکردن یک بازیگر در اجتماع است. شهرت رابطی است بین تلاش یک بازیگر برای به دست آوردن پذیرش و موقعیت و چگونگی ارزیابی ناظر از تلاش‌های او. شهرت، رفتار یک فرد را توصیف می‌کند و هویت آن را توضیح می‌دهد (هوگان و هوگان، ۲۰۰۷). زندگی شغلی شامل دوره‌هایی می‌شود که براساس برنامه‌ها و نقش‌ها

سازمان یافته‌اند؛ به این معنا که چه کاری انجام می‌شود و چه کسی آن را انجام می‌دهد (موتوویدل و همکاران،^۷ ۱۹۹۷). تلاش برای همراهی با دیگران و پیشی گرفتن از آنها جایگاهی را در طی این دوره‌ها به فرد اختصاص می‌دهد. بیشتر مردم سعی می‌کنند در کار با دیگران بمانند و از آنها پیشی بگیرند؛ ولی تفاوت‌های بین فردی است که تعیین می‌کند دیگران تلاش آنها را چگونه ارزیابی می‌کنند (هوگان، ۲۰۰۷). آنان برای اینکه با دیگران بمانند، باید همکاری کنند و دوستانه، مثبت و سازگار به نظر برسند. وقتی موفق شوند، دیگران آنها را به منزله یک هم‌گروهی و شهروند سازمانی خوب ارزیابی می‌کنند (مونت و همکاران،^۸ ۱۹۹۸؛ مون،^۹ ۲۰۰۱)؛ از طرف دیگر، فرد برای سبقت گرفتن از دیگران باید ابتکار عمل به خرج دهد، به دنبال گرفتن مسئولیت باشد، رقابت کند و سعی کند به رسمیت شناخته شود. زمانی که موفق شود، دیگران او را به منزله فردی که معمولاً به نتیجه می‌رسد، می‌شناسند. چنین فردی در صورتی که رهبر شود، چشم‌انداز ویژه‌ای را ارائه می‌دهد و می‌تواند دیگران را در رسیدن به اهدافشان ترغیب کند (کانوی،^{۱۰} ۱۹۹۹). شهرت نتیجه چگونگی ارزیابی پاسخ‌های خودگزارشی دیگران است. بدین ترتیب نیم‌رخ یک پرسش‌نامه شخصیت خوب با درجات مختلفی از دقت، شهرت را پیش‌بینی می‌کند (کاستا و مک کرا،^{۱۱} ۱۹۹۲؛ واتسون و همکاران،^{۱۲} ۲۰۰۰). پرسش‌نامه FFM شروع خوبی برای توسعه پرسش‌نامه‌های شخصیت به شمار می‌رود؛ زیرا روش نظام‌داری برای طبقه‌بندی تفاوت‌های فردی در شهرت فراهم آورده است. شواهد، کاملاً روشن است: همه پرسش‌نامه‌های

⁷ Motowidlo et al

⁸ Mount et al

⁹ Moon

¹⁰ Conway

¹¹ Costa & McCrae

¹² Watson et al

¹ get along

² get ahead

³ Adler

⁴ Bakan

⁵ Rank

⁶ Wiggins & Trapnell

چند بُعدی شخصیت را می‌توان در قالب این پنج بُعد پیکربندی کرد (دراد و پروجینی،^۱ ۲۰۰۲). FFM ساختاری برای پرسش‌نامه‌ها فراهم می‌کند؛ اما محدودیت‌های معناداری دارد؛ برای مثال برخی از ابعاد مهم شخصیت مانند مردانگی و زنانگی را در بر نمی‌گیرد (هوق،^۲ ۱۹۹۲)؛ علاوه بر این FFM بر اساس درجه‌بندی ناظر تنظیم شده است؛ درحالی‌که ساختار خودارزیابی لزوماً پیچیده‌تر است (هوگان و هوگان، ۱۹۹۱). در نهایت گرچه فرد می‌تواند در قالب FFM خود را با صفاتی مانند راستگو و قابل اعتماد توصیف کند، این توصیفات مطابق آنچه به‌طور طبیعی درباره‌ی خود می‌اندیشد، نیستند (FFM طبقه‌بندی وازگان توصیفی است). افراد درباره‌ی خود برطبق امیدها، رؤیاهای، ترس‌ها، نفرت‌ها، آرزوها و اهداف بلندمدت و به عبارت دیگر در قالب هویتشان، فکر می‌کنند. بر این اساس هوگان تا حدودی مطابق با نظریه‌ی تحلیلی اجتماعی و پژوهش‌های روان‌سنجی مداوم خویش روی گروه زیادی از آزمودنی‌هایی که به‌لحاظ شغلی با یکدیگر مرتبط بودند، متوجه شد بهتر است هرکدام از دو متغیر «پنج عامل عمده» را به‌منزله‌ی دو عامل در نظر گرفت؛ از این رو تعداد عوامل باید از پنج عامل به هفت عامل تغییر کند؛ به عبارت دیگر باید عامل برون‌گرایی به جاه‌طلبی و مردم‌آمیزی و عامل گشودگی به تجربه و نیز به کنجکاوی و رویکرد یادگیری تقسیم شوند (هوگان و هوگان، ۱۹۹۱). ساخت آزمون HPI از اواخر دهه‌ی ۱۹۷۰ آغاز شد. مدل پیشنهادی هوگان برای ساختار شخصیت دارای هفت بُعد است که عبارت‌اند از: سازگاری،^۳ جاه‌طلبی،^۴ مردم‌آمیزی،^۵ حساسیت بین‌فردی،^۶

احتیاط/باملاحظه،^۷ کنجکاوی،^۸ رویکرد یادگیری؛^۹ علاوه بر هفت مقیاس ذکر شده، HPI یک مقیاس اعتبار نیز دارد که شامل چهارده سؤال می‌شود. این مقیاس برای تعیین میزان بی‌دقتی در پاسخ‌گویی یا تصادفی‌بودن پاسخ‌ها در نظر گرفته شده است. هوگان به‌منظور بررسی اعتبار سازه‌ی HPI و هم‌بستگی مقیاس‌های آن با پرسش‌نامه‌های معتبر دیگر در چهار زمینه‌ی توانایی شناختی، انگیزه‌ها و علایق، شخصیت بهنجار و کار راه، نمونه‌های چشمگیری از مردم کشورهای مختلف را بررسی کرد. هوگان و هوگان (۲۰۰۷) ضریب هم‌بستگی میانه رابطه‌ی بین HPI با NEO PI-R (گلدبرگ،^{۱۰} ۲۰۰۰)، پنج عامل گلدبرگ (۱۹۹۲) (هوگان و هوگان، ۱۹۹۵)، پرسش‌نامه‌ی ویژگی‌های فردی (باریک و مونت، ۲۰۰۱) و پرسش‌نامه‌ی شخصیتی پنج‌عاملی اسپانیایی^{۱۱} (سالگادو و موسکاسو،^{۱۲} ۱۹۹۹) را خلاصه می‌کند. دامنه‌ی ضریب هم‌بستگی به این صورت است: سازگاری/ ثبات هیجانی / روان‌رنجوری (۰/۶۶ تا ۰/۷۲)؛ جاه‌طلبی / برون‌گرایی (۰/۳۹ تا ۰/۶۰)؛ مردم‌آمیزی / برون‌گرایی (۰/۴۴ تا ۰/۶۴)؛ حساسیت بین‌فردی / تطابق‌پذیری (۰/۳۷ تا ۰/۶۱)؛ با ملاحظه‌ی بودن / وظیفه‌شناسی (۰/۳۶ تا ۰/۵۹)؛ کنجکاوی / گشودگی به تجربه / عقلانیت (۰/۳۳ تا ۰/۶۹)؛ رویکرد یادگیری / گشودگی / عقلانیت (۰/۲۴ تا ۰/۳۵). غنای داده‌های گزارش شده درباره‌ی اعتبار آزمون حکایت از آن دارد که آزمون مذکور، مخصوصاً برای استفاده در موقعیت‌های سنجش و ارزیابی فردی مثل کارمندگزینی و مشاوره‌ی شغلی، ابزار مفیدی به شمار می‌آید؛ زیرا بخش زیادی از پژوهش‌های هوگان

⁶ Interpersonal Sensitivity

⁷ Prudence

⁸ Inquisitive

⁹ Learning Approach

¹⁰ Goldberg

¹¹ the Inventario de Personalidad de Cinco actores

¹² Salgado & Moscoso

¹ De Raad & Perugini

² Hough

³ Adjustment

⁴ Ambition

⁵ Sociability

نفتی ایران در دو مقطع زمانی صورت گرفته، استخراج شده است.

مطالعه اول: جامعه آماری مطالعه اول را کلیه کارکنان زن و مرد (رسمی و غیررسمی) شرکت پالایش و پخش فراورده‌های نفتی اصفهان (۱۲۵۹ نفر) تشکیل می‌دهند. حجم نمونه پژوهش ۲۳۰ نفر براساس فرمول تعیین حجم نمونه کوهن، مانیون و موریسون^۹ (۲۰۰۰) برحسب خطای ۰/۰۵ به دست آمده است. برای دستیابی به این نمونه از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شده است. چارچوب نمونه‌گیری فهرست کارکنان شاغل براساس اطلاعات نظام جامع نیروی انسانی و واحد نمونه‌گیری، هر فرد شاغل تعریف شده در مقطع بالاتر از دیپلم در جامعه آماری بوده است. در این مطالعه داده‌ها از طریق تیپ‌نمای مایزبریگر و نیم‌رخ‌ساز شخصیت DISC جمع‌آوری شده است.

۱- نیم‌رخ‌ساز شخصیت DISC: توماس^{۱۰} (استاد دانشگاه رویال رودز)^{۱۱} در سال ۱۳۸۹ با همکاری شرکت رادمان (راهبران دانش مدیریت) این مقیاس را در اختیار پژوهشگر قرار داده است. مقیاس مذکور شامل ۲۴ مجموعه سؤال است که در مقابل هر کدام چهار گزینه قرار دارد و فرد باید گزینه‌ای را انتخاب کند که بیشترین شباهت و کمترین شباهت را با وی دارد؛ به این ترتیب دو گزاره بیشترین (most) و کمترین (least) شکل می‌گیرد. طیف پاسخ‌های این پرسش‌نامه با طیف مرسوم لیکرت تفاوت دارد و به صورت گزینه «بایست» است. مؤسسه پژوهشی آسیایت (۲۰۰۸) در گزارش اعتبار پرسش‌نامه^{۱۲} DISC پایایی ابعاد را به این صورت ارائه داده

در زمینه ارتباط HPI با هفت خانواده شغلی، یعنی مدیران و مجریان،^۱ حرفه‌ای‌ها (پیشه‌وران)،^۲ تکنسین‌ها و متخصصان،^۳ امور فروش و مشتریان،^۴ مشاغل اداری و کارمندی،^۵ تدارکات (مشاغل عملیاتی) و معاملات،^۶ خدمات و پشتیبانی^۷ بوده است و در این پژوهش‌ها برای ارزیابی اعتبار HPI در هر کدام از گروه‌های شغلی، و به ویژه شناسایی مقیاس‌هایی از آن که با عملکرد و شایستگی‌های مورد نیاز (هوگان و هالند، ۲۰۰۳) در این هفت خانواده هم‌بستگی معنادار دارند، از روش‌های تعمیم اعتبار استفاده شده است که شامل فراتحلیل و اعتبار مؤلفه‌های شغلی می‌شود (هوگان و هوگان، ۲۰۰۷). در این زمینه سیستم ارزیابی هوگان^۸ بیش از ۳۴۰ پژوهش انجام داده که تعدادی از آنها در قسمت ضمایم جدول شماره ۱ به صورت نمونه آورده شده است. با توجه به اعتبار و پایایی پرسش‌نامه HPI و کارایی آن در ارزیابی شخصیت، به ویژه در متقاضیان شغل و کارکنان، هدف مطالعه دوم این پژوهش اعتباریابی پرسش‌نامه هفت‌عاملی HPI است؛ بنابراین سؤال‌های مطالعه مذکور چنین مطرح می‌شوند: ۱- آیا پرسش‌نامه شخصیت هوگان از پایایی کافی برخوردار است؟ ۲- آیا پرسش‌نامه شخصیت هوگان از روایی کافی برخوردار است؟ ۳- پرسش‌نامه شخصیت هوگان از چه عواملی اشباع شده است؟

روش پژوهش

این پژوهش از نوع توصیفی-مقطعی و مطالعات روان‌سنجی است و از نتایج دو طرح پژوهشی مجزا که به پیشنهاد شرکت پالایش و پخش فراورده‌های

¹ Managers & Executives

² Professionals

³ Technicians & Specialists

⁴ Sales & Customer Support

⁵ Administrative & Clerical

⁶ Operations & Trades

⁷ Service & Support

⁸ Hogan Assessment Systems.

⁹ Cohen, Manion, Morrison

¹⁰ cheryl thomas

¹¹ royal roads university

¹² DISC® Classic Validation Report

است: تسلط: ۰/۹۲، تأثیرگذاری: ۰/۸۷، ثبات: ۰/۸۸ و وظیفه‌شناسی: ۰/۸۵ (آی‌سایت، ۱۹۹۶).

۲- تیپ‌نمای مایرزبریگز (MBTI): در پژوهش حاضر نسخه کوتاه‌شده فرم M یعقوبی بگلر (۱۳۸۷) استفاده شده است. این سیاهه شامل ۵۴ سؤال و به صورت گزینه «بایست» است. در تیپ‌نمای مایرزبریگز چهار بُعد اساسی وجود دارد که عبارت‌اند از: درون‌گرایی-برون‌گرایی یا E-I؛ حسی-شهودی یا S-N؛ فکری-احساسی یا T-F؛ قضاوتی-ادراکی یا J-P. پایایی نهایی مقیاس‌ها بعد از حذف سؤالاتی که برازش ندارند، به ترتیب به ۰/۷۲، ۰/۷۴، ۰/۷۷ و ۰/۷۶ افزایش یافته است (یعقوبی بگلر، ۱۳۸۷).

مطالعه دوم: جامعه آماری این پژوهش را کلیه متقاضیان شغل و کارکنان شرکت پالایش و پخش فراورده‌های نفتی ایران تشکیل می‌دهند. روش نمونه‌گیری مانند مطالعه اول و به تعداد ۳۰۰ نفر است. به منظور ارزیابی اعتبار سازه HPI هم‌زمان دو نوع پرسش‌نامه دیگر در زمینه شخصیت اجرا شده است. MBTI از بین پرسش‌نامه‌های مربوط به سنجش علایق و ترجیحات و HEXACO-PI-R به‌منزله مقیاس سنجش شخصیت نرمال انتخاب شده‌اند: ۱- پرسش‌نامه شخصیت هوگان HPI: در این پژوهش نسخه تجدیدنظرشده HPI (هوگان و هوگان، ۱۹۹۵) استفاده و بررسی شده است. HPI دارای هفت عامل است که عبارت‌اند از: سازگاری؛ جاه‌طلبی؛ مردم‌آمیزی؛ حساسیت بین‌فردی؛ احتیاط؛ کنجکاوی و رویکرد یادگیری. هر مقیاس دربردارنده تعدادی زیرمقیاس یا HIC است که بین چهار تا هشت مورد متغیر است. بزرگ‌ترین مقیاس، سازگاری با ۳۷ سوال و هشت زیرمقیاس و

کوچکترین مقیاس، رویکرد یادگیری با چهارده سؤال و چهار زیرمقیاس است. هفت مقیاس اولیه شامل ۴۱ HIC می‌شوند. از آنجا که برخی از ماده‌های HIC حاوی سه سؤال‌اند، وقتی به تنهایی آنها را در نظر بگیریم، کاربرد محدودی خواهند داشت؛ اما این مواد را می‌توان به‌طور تجربی با یکدیگر ترکیب کرد و از این طریق شش مقیاس شغلی^۱ مثل گرایش خدمت‌مندی^۲، توان فروشندگی^۳ و توان مدیریت^۴ ساخت. پرسش‌نامه در مجموع دارای ۲۰۶ سؤال است. پایایی و اعتبار آن در مطالعات مختلف در سرتاسر جهان تأیید شده است. از آنجا که مدل‌یابی معادلات ساختاری می‌تواند به توزیع متغیرهای غیرنرمال حساس باشد، نرمال‌بودن توزیع نمرات عامل‌ها بررسی و تأیید شده است. پاسخ‌گویی به پرسش‌نامه به صورت آنلاین و دارای دو گزینه صحیح و غلط است؛ ۲- پرسش‌نامه شخصیت HEXACO-PI-R برای بررسی اعتبار سازه HPI از HEXACO-PI-R استفاده شده است که آن را اشتون لی و همکاران^۵ (۲۰۰۰) طراحی کرده‌اند و دارای صد سؤال، شش عامل و ۲۴ مقیاس صفات است. اسامی عوامل عبارت‌اند از: صداقت-فروتنی؛ هیجان‌پذیری؛ برون‌گرایی؛ توافق؛ وظیفه‌شناسی؛ گشودگی به تجربه. پایایی و اعتبار پرسش‌نامه در مطالعات مختلف تأیید شده است. در مطالعه اشتون لی و همکاران^۶ (۲۰۰۴)، پایایی عامل‌ها در محدوده‌ای از ۰/۸۹ و وظیفه‌شناسی تا ۰/۹۲ صداقت-فروتنی و از ۰/۷۵ مقیاس خلاقیت تا ۰/۸۸ مقیاس بخشش در سطح مقیاس‌ها قرار دارد. در مطالعه پالاهنگ و همکاران (۱۳۸۸)، HEXACO

¹ occupational scale

² service orientation

³ sales potential

⁴ managerial potential

⁵ Ashton Lee et al

⁶ Ashton Lee et al

در بین جامعه دانشجویان ایرانی هنجاریابی و اعتباریابی و ساختار شش‌عاملی آن تأیید شده است. یافته‌های پژوهش در هر دو مطالعه پس از اجرای پرسشنامه، مراحل زیر با استفاده از نرم افزار Amos22 اجرا شد: پاسخ‌نامه دارای طیف لیکرتی پنج‌درجه‌ای است. مشخصه‌های آماری مجموعه مواد مقیاس با استفاده از روش‌های متداول در آمار توصیفی تعیین شد.

جدول شماره ۱: میانگین، انحراف استاندارد و پایایی ابعاد مقیاس شخصیت DISC (مطالعه اول)

نام مقیاس	پایایی	میانگین	انحراف استاندارد	نام مقیاس	پایایی	میانگین	انحراف استاندارد
تسلط	۰/۷۸	۵/۰۳	۲/۴۷	ثبات	۰/۷۱	۵/۴۴	۲/۶۷
تأثیرگذاری	۰/۷۲	۲/۷۲	۱/۸۴	وظیفه‌شناسی	۰/۷۹	۷/۷۳	۱/۸۸

جدول شماره ۲: میانگین، انحراف استاندارد و پایایی ابعاد مقیاس شخصیت HPI (مطالعه دوم)

نام مقیاس	نام مقیاس فرعی	پایایی	میانگین	انحراف استاندارد	نام مقیاس	پایایی	میانگین	انحراف استاندارد	
سازگاری	سازگاری	۰/۸۱	۳/۱۳	۱/۰۱	مردم‌آمیزی	مردم‌آمیزی	۰/۸۲	۲/۸۶	۱/۲۶
	همدلی	۰/۴۰	۳/۶۸	۰/۸۸		دوستدار مهمانی	۰/۷۴	۳/۳۶	۰/۹۷
	غیرمضطرب	۰/۲۳	۳/۲۶	۰/۷۷		دوستدار جمعیت	۰/۴۸	۲/۳۲	۰/۹۴
	بدون احساس گناه	۰/۷۲	۳/۷۰	۱/۸۴		به دنبال تجربه	۰/۶۸	۴/۲۶	۱/۶۹
	آرام	۰/۲۶	۳/۳۴	۰/۷۱		نمایشی	۰/۵۸	۱/۹۶	۱/۲۱
	خونسرد	۰/۴۸	۲/۷۷	۱/۱۹		سرگرم‌کننده	۰/۷۶	۲/۴۱	۱/۵۰
جاه‌طلبی	غیرمعترض	۰/۵۰	۳/۶۰	۱/۱۶	حساسیت بین‌فردی	حساسیت بین‌فردی	۰/۶۵	۳/۳۶	۰/۸۶
	اعتمادکننده	۰/۳۰	۱/۱۲	۰/۶۸		راحت در زندگی	۰/۴۷	۴/۵۰	۰/۸۱
	دل‌بستگی خوب	۰/۳۳	۳/۵۶	۰/۸۳		حساس	۰/۳۸	۳/۱۸	۰/۸۵
	جاه‌طلبی	۰/۷۲	۲/۰۰	۱/۰۳		مراقبت	۰/۳۰	۳/۳۲	۰/۷۱
	رقابت‌جو	۰/۲۶	۲/۷۶	۰/۹۹		دوستدار مردم	۰/۶۱	۴/۳۰	۱/۱۴
	با اعتماد به نفس	۰/۴۹	۱/۸۲	۰/۴۰		بدون دشمنی	۰/۲۲	۱/۵۰	۰/۷۸
اجتناب	اجراکننده	۰/۴۰	۲/۸۷	۱/۱۷	کنجکاوی	کنجکاوی	۰/۷۸	۲/۸۵	۰/۹۸
	رهبری	۰/۲۴	۲/۵۰	۱/۲۴		داشتن قابلیت علمی	۰/۴۴	۳/۶۹	۱/۱۰
	هویت	۰/۶۱	۰/۴۷	۰/۸۰		داشتن حس کنجکاوی	۰/۴۸	۲/۶۰	۰/۶۶
	بدون اضطراب اجتماعی	۰/۵۶	۱/۶۱	۱/۵۹		به دنبال هیجان	۰/۶۵	۳/۴۱	۱/۴۰
	احتیاط	۰/۶۷	۲/۰۵	۰/۹۱		تولید ایده	۰/۲۸	۲/۵۴	۰/۶۸
	اخلاقی	۰/۲۵	۲/۵۸	۱/۰۰		بازی‌های فکری	۰/۶۴	۲/۲۵	۱/۱۶
رویکرد یادگیری	تسلط	۰/۴۴	۲/۲۷	۰/۸۳	فرهنگ	فرهنگ	۰/۵۳	۲/۶۲	۰/۸۷
	فضیلت	۰/۲۷	۴/۲۰	۰/۸۳		رویکرد یادگیری	۰/۶۶	۲/۱۲	۰/۸۰
	نداشتن خودمختاری	۰/۵۴	۱/۰۷	۱/۰۱		آموزش	۰/۳۲	۱/۸۹	۰/۳۷
	نداشتن خودانگیزگی	۰/۲۸	۱/۱۰	۰/۸۰		توانایی ریاضی	۰/۴۸	۱/۴۲	۰/۵۸
	کنترل تکانه	۰/۲۵	۱/۲۱	۰/۹۸		حافظه خوب	۰/۵۸	۳/۱۹	۱/۰۵
	اجتناب از مشکل	۰/۳۶	۰/۹۴	۰/۸۸		خواندن	۰/۴۵	۱/۹۷	۱/۲۱

آزمودنی‌ها قرار گرفت و نتایج استخراج شد. یافته‌های توصیفی حاصل از ابعاد چهارگانه مقیاس شخصیت DISC در جدول شماره ۱ و مقیاس‌های هفت‌گانه HPI و همچنین HICها یا زیرمقیاس‌های HPI در جدول شماره ۲ ارائه شده است. ضرایب آلفای کرونباخ نشان‌دهنده پایایی مناسب مقیاس‌هاست. این ضریب در هر چهار مقیاس DISC بیش از ۰/۷ به دست آمده است و در رابطه با مقیاس HPI پایایی مقیاس سازگاری ۰/۸۱ است که نشان می‌دهد ۸۱ درصد واریانس آیتم‌های سازگاری مربوط به این مفهوم است و نوزده درصد آن مربوط به مفهوم دیگری است. به همین ترتیب درباره مقیاس جاه‌طلبی با ضریب پایایی ۰/۷۲، مقیاس احتیاط با ضریب پایایی ۰/۶۷، مقیاس مردم‌آمیزی با ضریب ۰/۸۲، مقیاس حساسیت بین‌فردی با ضریب ۰/۶۲، مقیاس کنجکاو با ضریب ۰/۷۸ و رویکرد یادگیری با ضریب ۰/۶۶ نیز می‌توان تفسیر مشابهی داشت. شایان ذکر است در برخی از زیرمقیاس‌ها ضریب پایایی مقدار ناچیزی را نمایش می‌دهد. باتوجه به تعداد کم سؤالات این مقدار قابل پیش‌بینی است.

ضریب پایایی مجموعه پرسش‌ها با فرمول کلی ضریب آلفای کرونباخ برآورد شده است. برای سنجش روایی محتوا و صوری نیز از نظر متخصصان استفاده شده است. در مطالعه دوم و در ارتباط با پرسش‌نامه شخصیت هوگان، برای سنجش روایی سازه و تأیید عوامل از روش تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد.

باتوجه به اینکه HPI و DISC برای اولین بار از زبان انگلیسی به فارسی برگردانده شدند، پس از اینکه یکی از استادان گروه زبان انگلیسی آنها را به فارسی ترجمه کردند، ترجمه عکس شده و با اصل پرسش‌نامه‌ها مطابقت داده شدند؛ سپس پرسش‌نامه در اختیار سه نفر از اساتید روان‌شناسی صنعتی و سازمانی قرار گرفت تا روایی صوری آن بررسی شود. پس از اعمال اصلاحات لازم، پرسش‌نامه در یک نمونه در دسترس چهل نفر از دانشجویان دانشکده علوم تربیتی دانشگاه اصفهان متشکل از ۲۵ دانشجوی دختر و پانزده دانشجوی پسر با میانگین سنی نوزده سال قرار گرفت و بررسی شد تا اشکالات احتمالی آن مشخص شود. بعد از رفع اشکالات، فرم نهایی تهیه شد و در اختیار

جدول شماره ۳. هنجاریابی پرسش‌نامه DISC به تفکیک عوامل

پرسش‌نامه شخصیت	شاخص متغیر	چارک	رتبه درصدی	نمره خام	نمره T	شاخص متغیر		چارک	رتبه درصدی	نمره خام	نمره T
						شاخص متغیر	چارک				
نیم‌ساز شخصیت DISC	تسلط	اول	۲۵	۳/۴	۴۲/۳۵	اول	۲۵	۳/۵	۴۳/۷۸	۳/۵	۴۳/۷۸
		دوم	۵۰	۵/۶	۵۰/۵۷	دوم	۵۰	۵/۱	۵۰/۲۴	۵/۱	۵۰/۲۴
		سوم	۷۵	۸/۲	۶۰/۲۸	سوم	۷۵	۶/۴	۵۰/۵۵	۶/۴	۵۰/۵۵
	تأثیرگذاری	اول	۲۵	۶/۸	۴۵/۰۵	اول	۲۵	۱/۵	۴۳/۳۶	۱/۵	۴۳/۳۶
		دوم	۵۰	۸/۴	۵۳/۵۳	دوم	۵۰	۲/۵	۴۸/۷۹	۲/۵	۴۸/۷۹
		سوم	۷۵	۹/۰	۵۶/۷۲	سوم	۷۵	۳/۹	۵۶/۳۹	۳/۹	۵۶/۳۹

در جدول شماره ۳ نمره‌های هنجاری ۵۰ و ۲۵ و نیم‌رخ‌ساز شخصیت DISC به تفکیک عوامل در بین کارکنان شرکت پالایش و پخش آورده شده است. ۷۵ درصدی در مقابل نمره‌های خام برای ابعاد

جدول شماره ۴: اعتبار ملاکی (هم‌زمان) مقیاس شخصیت DISC با MBTI در محیط سازمانی (مطالعه اول)

ادراکی	قضاوتی	احساسی	منطقی	شهودی	حسی	درون‌گرایی	برون‌گرایی	MBTI DISC
۰/۰۲۹	۰/۰۵۸	-۰/۲۵۴**	۰/۲۲۶**	-۰/۰۸۲	۰/۱۹۶**	۰/۰۵۶	-۰/۰۸۹	تسلط
۰/۱۶۰*	-۰/۱۷۵**	۰/۲۵۸**	-۰/۲۰۳**	۰/۱۵۱*	۰/۰۱۴	-۰/۱۸۲**	۰/۲۸۳**	تأثیرگذاری
۰/۰۲۲	-۰/۰۸۹	۰/۲۶۷**	-۰/۲۵۵**	۰/۰۰۱	۰/۱۵۸	۰/۰۹۴	-۰/۰۸۵	ثبات
-۰/۰۵۳	۰/۰۸۷	۰/۰۵۴	-۰/۰۶۴	-۰/۱۵۸*	۰/۲۸۳**	۰/۱۹۴**	۰/۲۶۳**	وظیفه‌شناسی

*p < .05 **p < .01 N= 230

جدول شماره ۵: اعتبار ملاکی (هم‌زمان) پرسش‌نامه شخصیت هوگان با MBTI و HEXACO در محیط سازمانی (مطالعه دوم)

رویکرد یادگیری	کنجکاوی	احتیاط	حساسیت بین فردی	مردم‌آمیزی	جاه‌طلبی	سازگاری	مقیاس‌ها	پرسش‌نامه
۰/۱۶*	۰/۱۶*	۰/۰۵	۰/۲۲**	۰/۱۵*	-۰/۲۰**	۰/۱۱	برون‌گرایی	MBTI
-۰/۱۴*	-۰/۲۳**	-۰/۰۶	-۰/۳۱**	-۰/۲۹**	۰/۲۵**	-۰/۰۸	درون‌گرایی	
-۰/۰۲	-۰/۱۷*	۰/۰۳	-۰/۱۱	۰/۱۵**	۰/۱۳	-۰/۰۶	شهودی	
۰/۰۰۴	۰/۱۶*	-۰/۰۲	۰/۰۶	۰/۱۷*	۰/۱۰	۰/۰۲	حسی	
۰/۰۰۸	-۰/۰۳	-۰/۰۶	-۰/۰۵	-۰/۰۳	-۰/۱۰	-۰/۱۳	احساسی	
۰/۰۰۴	۰/۰۶	۰/۰۲	۰/۰۰۳	۰/۰۴	۰/۰۸	-۰/۰۱	منطقی	
۰/۱۹**	۰/۰۰۸	۰/۲۲**	۰/۰۶	۰/۰۱	۰/۱۶*	۰/۱۳	قضاوتی	
۰/۲۱**	۰/۰۰۱	۰/۲۶**	-۰/۰۵	۰/۰۱	-۰/۱۸*	-۰/۱۵	ادراکی	
۰/۰۰۳	۰/۰۲	۰/۱۷*	۰/۰۱	-۰/۰۵	۰/۰۱	۰/۲۱**	فروتنی	HEXACO
-۰/۱۶*	-۰/۱۷*	۰/۰۲	-۰/۰۱	-۰/۰۷	-۰/۲۲**	-۰/۲۱**	هیجان‌پذیری	
۰/۲۲**	۰/۱۶*	۰/۱۵**	۰/۰۴	۰/۰۱	۰/۱۵**	۰/۱۸**	وظیفه‌شناسی	
۰/۱۳	۰/۱۲	۰/۱۱	۰/۰۷	۰/۰۰۲	۰/۱۴*	۰/۲۴**	توافق	
۰/۱۴*	۰/۲۲**	۰/۰۹	۰/۳۰**	۰/۲۹**	۰/۳۵**	۰/۱۵*	معاشرت	
۰/۲۴**	۰/۵۲**	-۰/۳۱**	۰/۱۹**	۰/۳۸**	۰/۲۰**	۰/۰۱	گشودگی به تجربه	

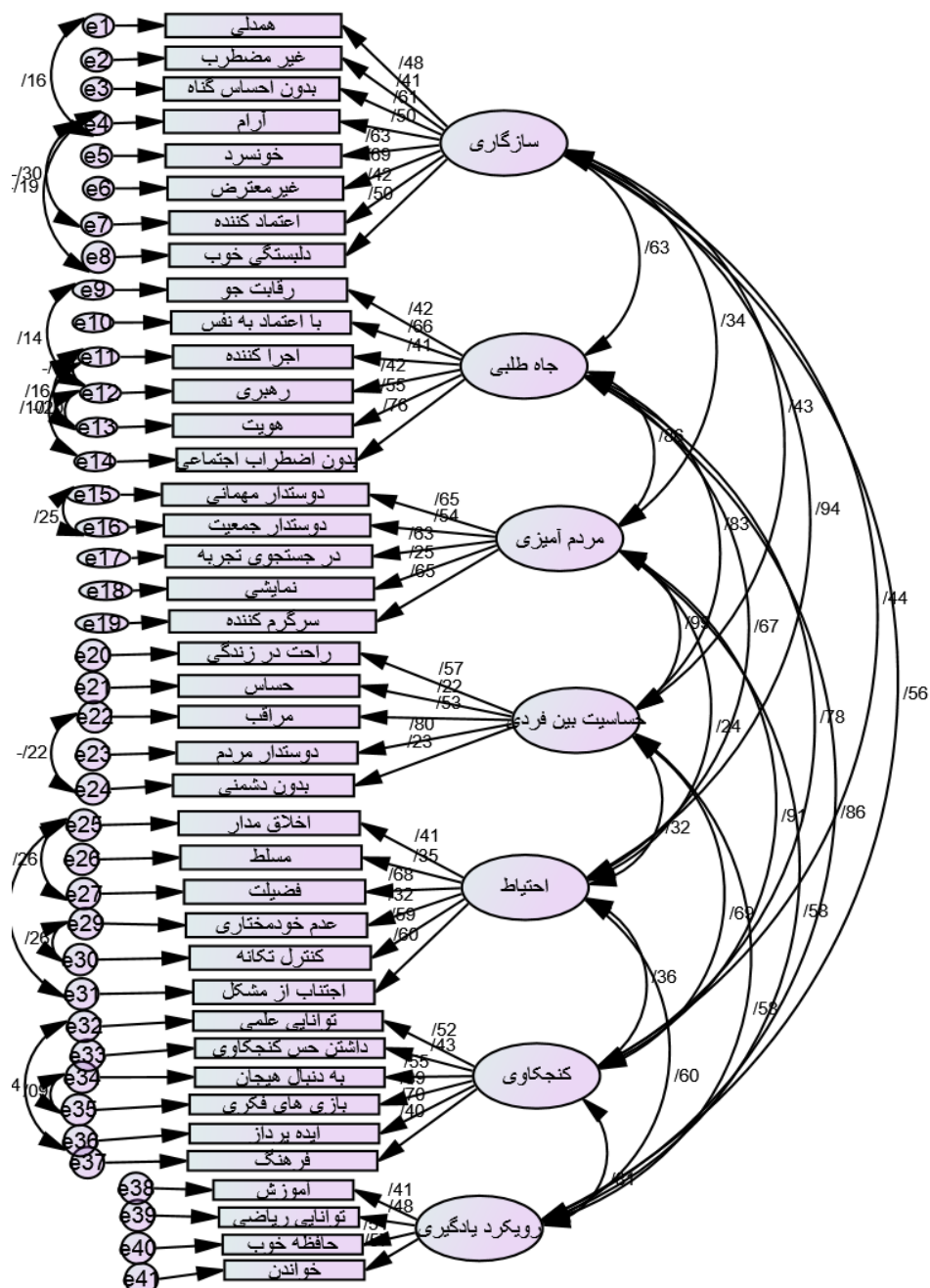
*p < .05 **p < .01 N= 300

جدول شماره ۴ ضرایب هم‌بستگی بین ابعاد پرسش‌نامه MBTI و HEXACO با پرسش‌نامه شخصیت هوگان (HPI) را به گونه‌ای قابل پیش‌بینی معنادار نشان می‌دهند.

جدول شماره ۵ نتیجه ضریب هم‌بستگی دو پرسش‌نامه پرسش‌نامه MBTI با پرسش‌نامه DISC و جدول شماره ۵ نتیجه ضریب هم‌بستگی دو پرسش‌نامه

جدول شماره ۷. شاخص‌های برازش تحلیل عاملی تأییدی پرسش‌نامه شخصیت هوگان

نوع شاخص	علامت اختصاری شاخص	معادل فارسی	دامنه قابل قبول	الگوی تدوین شده
تطبیقی	CFI	شاخص برازش تطبیقی	۰/۹۰ - ۱	۰/۹۱۵
	TLI	شاخص توکر-لوئیس	۰/۹۰ - ۱	۰/۸۹۲
مقتصد	PNFI	شاخص برازش هنجارشده مقتصد	۰/۵۰ - ۱	۰/۵۵۴
	PCFI	شاخص برازش تطبیقی مقتصد	۰/۵۰ - ۱	۰/۷۰۹
	RMSEA	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	۰ - ۰/۰۸	۰/۰۵۹
مطلق	CMIN/DF	کاسکوئر نسبی	کوچک‌تر از ۵	۱/۷۱۵



شکل شماره ۲. نمودار مسیر برای تحلیل عاملی تأییدی پرسش‌نامه شخصیت هوگان

تحلیل عاملی انجام شده در واقع تحلیل عاملی تأییدی است که به منظور بررسی تغییرناپذیری عاملی و تأیید ساختار هفت عاملی پرسش‌نامه هوان در داخل کشور انجام گرفته است. برای بررسی برازش مدل تحلیل عاملی تأییدی (جدول شماره ۶) از شاخص‌های برازشی که در جدول شماره ۷ نشان داده شده است، استفاده شد. کم بودن شاخص ریشه دوم میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA=۰/۰۵) به منزله مطلوبیت برازش مدل است. از مجموع شاخص‌های برازش می‌توان دریافت که داده‌ها با مدل تحلیل عاملی مفروض هماهنگی کامل دارند و مدل مفهومی تأیید می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش اعتبار و پایایی دو پرسش‌نامه شخصیتی-شغلی جدید DISC و HPI در طی دو مطالعه مستقل بررسی شده است.

نتایج حاصل از تحلیل داده‌های مطالعه اول که به هنجاریابی مقیاس DISC مربوط می‌شود، در جدول‌های ۱، ۳ و ۴ نشان داده شده است. ضرایب آلفای کرونباخ که برای هر چهار مقیاس بالاتر از ۰/۷ به دست آمده است، نشان می‌دهد DISC ابزاری پایاست و از ثبات درونی خوبی برخوردار است. وجود رابطه مثبت معنادار بین ابعاد پرسش‌نامه DISC با MBTI تأییدکننده روایی هم‌گرای این پرسش‌نامه است. دو مؤلفه تأثیرگذاری و وظیفه‌شناسی از DISC با متغیر برون‌گرایی به صورت معنادار رابطه دارند؛ البته گفتنی است این رابطه درباره وظیفه‌شناسی به صورت معکوس است. یافته‌های حاصل شده با نتایج گزارش پژوهشی آیسایت (۲۰۰۵) که تنها پژوهش صورت گرفته در این زمینه است، هماهنگی دارد. در زمینه رابطه مؤلفه تأثیرگذاری با برون‌گرایی

می‌توان این‌گونه بیان کرد: برون‌گراها (E) انرژی خود را از تعامل با جهان خارج، یعنی افراد و اشیاء، به دست می‌آورند. افرادی که در این مقیاس نمره بالا می‌گیرند، اغلب به منزله افرادی بیانگر، اجتماعی یا مشتاق و علاقه‌مند توصیف می‌شوند. مشابه چنین صفاتی غالباً برای توصیف افرادی که در مقیاس تأثیرگذاری پرسش‌نامه DISC نمره بالا می‌گیرند، به کار می‌رود؛ همچنین درباره رابطه معکوس وظیفه‌شناسی و برون‌گرایی می‌توان بیان کرد کسانی که در مقیاس وظیفه‌شناسی نمره بالا به دست می‌آورند، غالباً افرادی دقیق، محتاط، اصولمند و مبادی آداب‌اند؛ در حالی که افراد برون‌گرا جسور، بی‌خیال، هیجان‌خواه و ماجراجو محسوب می‌شوند. باتوجه به صفات ذکر شده می‌توان انتظار داشت این دو متغیر رابطه منفی معناداری با یکدیگر نشان دهند.

مؤلفه وظیفه‌شناسی با درون‌گرایی به صورت مثبت و معناداری رابطه دارد که با یافته‌های گزارش پژوهشی آیسایت (۲۰۰۵) همسو است. افرادی که در درون‌گرایی (I) نمره بالا کسب می‌کنند، معمولاً به منزله افرادی خوددار، تفکری یا ساکت توصیف می‌شوند. مشابه چنین صفاتی غالباً برای توصیف افرادی که در مقیاس C پرسش‌نامه DISC نمره بالا کسب می‌کنند، به کار می‌رود؛ بنابراین وجود رابطه بین مقیاس وظیفه‌شناسی و درون‌گرایی، منطقی به نظر می‌رسد.

مؤلفه وظیفه‌شناسی با مقیاس حسی به صورت مثبت و مؤلفه تسلط با این مقیاس به صورت منفی رابطه دارد. افرادی که در مقیاس وظیفه‌شناسی نمره بالا کسب می‌کنند، اغلب به منزله افرادی دقیق و اصولمند که به کیفیت و درستی اهمیت می‌دهند، شناخته می‌شوند؛ همچنین آنان به جزئیات

علاقه‌مندند و به حقایق اهمیت می‌دهند نه به احساسات؛ از طرف دیگر افراد حسی ترجیح می‌دهند با نتایج و کارهای ملموس و عینی سروکار داشته باشند و از مهارت‌هایی استفاده کنند که به‌خوبی آنها را فرا گرفته‌اند. در واقع آنها نیز مانند افراد وظیفه‌شناس به حقایق و اصول اهمیت می‌دهند؛ از طرف دیگر افرادی که در مقیاس تسلط نمره خوب کسب می‌کنند، افرادی ریسک‌پذیرند که با اعتماد به نفس زیاد خود سریع تصمیم‌گیری می‌کنند و نتایج حاصل شده برای آنها بسیار مهم است؛ در حالی که افراد حسی کاملاً متفاوت عمل می‌کنند و ترجیح می‌دهند از روش‌های قدیمی خود استفاده کنند و در مقابل رجحان شهودی قرار دارد.

از بین ابعاد DISC بُعد وظیفه‌شناسی با مؤلفه شهودی به‌صورت منفی و معنادار رابطه دارد. شهودی بودن در واقع یکی از شیوه‌های جمع‌آوری اطلاعات را نشان می‌دهد. افراد شهودی به حس ششم و آنچه می‌تواند باشد و نه آنچه واقعاً وجود دارد، توجه می‌کنند؛ در حالی که افراد دارای نمره بالا در مقیاس وظیفه‌شناسی مظهر واقعیت‌اند؛ از طرف دیگر تیپ شهودی افکار و تداعی‌ها را از ناهشیارشان دریافت می‌کنند و آن را با ادراکاتی که از جهان خارج می‌آید، ترکیب می‌کنند؛ اما تیپ وظیفه‌شناس برای منطقی بودن خود ارزش قائل‌اند و قبل از تصمیم‌گیری به‌طور کافی تحقیق می‌کنند. مؤلفه‌های ثبات و تأثیرگذاری پرسش‌نامه DISC با مقیاس منطقی رابطه معناداری دارند؛ البته این رابطه‌ها به شکل معکوس است و با یافته‌های گزارش پژوهشی آیسایت (۲۰۰۵) هم‌هنگی دارد. شاید بتوان دلیل وجود رابطه منفی بین مؤلفه ثبات و مقیاس منطقی را در نحوه ارزش‌گذاری این دو تیپ جست‌وجو کرد؛ زیرا افراد تیپ منطقی به شیوه فردی و ارزش‌محور

تصمیم‌گیری می‌کنند؛ ولی افرادی که در مقیاس ثبات نمره بالا کسب می‌کنند، دلسوز، پشتیبان و دارای رفتار دوستانه‌اند و هدفشان کمک به دیگران است؛ در عین حال شنونده خوب و هم‌تیمی قابل اتکایی به شمار می‌روند. شاید بتوان رابطه معکوس منطقی و تأثیرگذاری را نیز در دلایل مشابهی جست‌وجو کرد؛ به عنوان مثال افرادی که تأثیرگذاری، بُعد مسلط شخصیتشان است، به مردم اعتماد می‌کنند، به کار با دیگران و برقراری ارتباط شبکه‌ای علاقه‌مندند، از کار با دیگران انرژی می‌گیرند، مردم‌دار و خوش‌بین‌اند و تا حدودی سازمان‌نیافته به نظر می‌رسند؛ اما همان‌طور که اشاره شد، افراد منطقی به تأثیرات تصمیمشان بر دیگر افراد بی‌توجه‌اند و براساس ارزش‌های فردی خود تصمیم‌گیری می‌کنند. در واقع بیشترین توجه را به منطقی دارند و برایشان دشوار است که با دیگران روبه‌رو شوند و احساساتشان را برای آنان بیان کنند.

مؤلفه‌های ثبات و تأثیرگذاری پرسش‌نامه DISC با مقیاس احساسی در پرسش‌نامه MBTI رابطه مثبت دارند. گفتنی است این نتایج با یافته‌های گزارش پژوهشی آیسایت (۲۰۰۵) هم‌سو است. افراد احساسی (F) به‌منظور ایجاد توازن، تصمیماتشان را براساس ارزش‌های فردی می‌گیرند؛ بنابراین منطقی به نظر می‌رسد که بین بُعد احساسی مقیاس MBTI و بُعدهای I و S در پرسش‌نامه DISC هم‌بستگی مثبتی به دست آید؛ زیرا افرادی هم که در این بُعد نمره بالا کسب می‌کنند، اغلب براساس احساسات تصمیم می‌گیرند. مؤلفه تأثیرگذاری پرسش‌نامه DISC با مقیاس قضاوتی پرسش‌نامه MBTI رابطه معکوسی نشان داده است. افرادی که در بُعد قضاوتی پرسش‌نامه MBTI نمره بالا کسب می‌کنند، به تمام‌کردن کارها علاقه‌مندند و دوست دارند تا جایی که ممکن است، زودتر همه‌چیز را خاتمه دهند و

کامل کنند؛ همچنین آنان ترجیح می‌دهند زندگی باینامه یا سازمان‌یافته‌ای داشته باشند؛ درحالی‌که افراد تأثیرگذار به شکستن قوانین علاقه‌مندند و برنامه‌های انعطاف‌پذیر را ترجیح می‌دهند.

مؤلفه تأثیرگذاری پرسش‌نامه DISC با مقیاس ادراکی در پرسش‌نامه MBTI رابطه مثبت دارد. افرادی که در مقیاس ادراکی پرسش‌نامه MBTI نمره بالا کسب می‌کنند، زندگی انعطاف‌پذیر و بی‌برنامه را ترجیح می‌دهند و دوست دارند همواره حق انتخاب داشته باشند؛ همچنین آنها تصمیم‌گیری را به تأخیر می‌اندازند تا با همسالان خود مشورت کنند و نظر آنها را نیز جویا شوند؛ درعین حال افراد ادراکی نیز با ویژگی‌های مشابهی مانند انعطاف‌پذیری و سازمان‌نیافتگی توصیف می‌شوند.

بررسی روان‌سنجی به صورت کلی نشان می‌دهد که پرسش‌نامه ابزاری پایاست و از ثبات درونی خوبی برخوردار است؛ بنابراین نتایج مطالعه اول می‌تواند در محیط‌های صنعتی و سازمانی و موقعیت‌های مختلف کاربرد فراوانی داشته باشد و به افراد برای سازش و تطابق با شغل خود کمک کند. الگویی مانند DISC کاربرد فراوانی در صنعت دارد و اگر بتوان از طریق نیم‌رخ‌ساز شخصیت DISC افراد مناسبی را، چه در مرحله گزینش و چه در مراحل بالاتر از جمله طبقه‌بندی مشاغل و نظام جانشینی، شناسایی کرد، بسیار سودمند خواهد بود؛ همچنین به خود فرد کمک می‌کند تا رفتار خود را شناسایی کند و ارتباطات بین خود و دیگران را بهبود بخشد؛ از این رو با کمک مطالعه اول زمینه استفاده از این مقیاس در راستای اهداف سازمانی و پژوهشی فراهم آمده است.

هدف مطالعه دوم عبارت است از ارزیابی هفت عامل پرسش‌نامه شخصیتی-شغلی هوگان که براساس

نظریه تحلیلی اجتماعی (پیش‌بینی رفتار آینده فرد براساس خصوصیات شخصیتی فعلی) و ساختار پرسش‌نامه شخصیتی FFM طراحی شده است. ملاک روایی مقیاس HPI، تأیید شاخص‌های برازش مدل تحلیل عاملی تأییدی داده‌های گردآوری‌شده و ملاک پایایی، به دست آمدن ضریب آلفای کرونباخ مناسب است که در این ارتباط کمترین ضریب، با مقدار ۰/۶۵ برای حساسیت بین فردی و بیشترین ضریب با مقدار ۰/۸۲ برای مقیاس مردم‌آمیزی به دست آمده است. این مقدار در مطالعه هوگان و هوگان (۲۰۰۷) بین ۰/۵۷ (حساسیت بین فردی) و ۰/۸۳ (مردم‌آمیزی) حاصل شده است؛ همچنین در بعضی خردمقیاس‌ها مقادیر به دست آمده کوچک‌تر از مقادیر مطالعات قبلی است (هوگان و هوگان، ۲۰۰۷). این امر می‌تواند به علت کم بودن تعداد سؤالات و در نتیجه پایین بودن درصد واریانس استخراج شده باشد. در زمینه روایی سازه این مقیاس و با توجه به پیشینه پژوهش‌های قبلی درباره ساختار هفت‌عاملی داده‌ها، در تحلیل عاملی تأییدی هفت عامل ذکر شده این نتیجه به دست می‌آید که چارچوب نظری زیربنایی روایی سازه این ابزار قابل تأیید است. مقادیر حاصل از شاخص‌های برازندگی و نیکویی برازش تحلیل عاملی تأییدی گویای ساختار عاملی مناسب مقیاس در نمونه بررسی شده است و نتایج از این حیث با یافته‌های هوگان و هوگان (۲۰۰۷) و هوگان و هالند (۲۰۰۳) همخوانی دارد؛ همچنین ضرایب مسیر زیرمقیاس‌های هر هفت مقیاس (به جز زیرمقیاس نداشتن خودمختاری که ضریب مسیر آن ۰/۰۴ است و به همین دلیل از نسخه فارسی پرسش‌نامه حذف شد) نشان می‌دهد که این HICها به عامل‌های خود تعلق زیادی دارند. یافته‌های پژوهش حاضر از نظر ضرایب

مسیر تا حدود زیادی با نتایج پژوهش‌های قبلی هماهنگی دارد. شاخص‌های برازندگی مدل تحلیل عاملی نیز مؤید برازش مناسب مدل براساس داده‌های گردآوری شده است و نتایج از این حیث با یافته‌های هوگان و هوگان (۲۰۰۷) همخوانی دارد. وجود رابطه مثبت معنادار بین ابعاد پرسش‌نامه HPI با MBTI و HEXACO تأییدکننده روایی هم‌گرایی پرسش‌نامه HPI است.

زمانی که افراد به سؤالات پرسش‌نامه شخصیت پاسخ می‌دهند، در واقع به جای اینکه خودگزارشی کنند و خود واقعی‌شان را نشان دهند، تصویری را که از خود در ذهن دارند، ارائه می‌دهند؛ به عبارتی شهرت خود را بروز می‌دهند. هوگان HPI را به گونه‌ای طراحی کرده است که نیم‌رخ آن، شهرت فرد را نشان می‌دهد نه آنچه فرد دوست دارد باشد. این نیم‌رخ‌ها می‌تواند برای ارزیابی روشی که دیگران با استفاده از آن، فرد را می‌بینند، استفاده شوند. چگونگی دیده‌شدن یک فرد و اینکه در نظر دیگران چگونه به نظر می‌رسد، پیامدهای چشمگیری برای پذیرش اجتماعی و موفقیت شغلی‌اش خواهد داشت؛ به همین دلیل تأیید شدن اعتبار و پایایی پرسش‌نامه شخصیت هوگان در ایران و کاربرد آن در زمینه استفاده و نظام جانشینی می‌تواند از ایجاد بسیاری از مشکلات و هزینه‌هایی که در اثر ناهماهنگی شخصیت شاغل با شغل ایجاد می‌شود، همچون حوادث شغلی، غیبت، ناخشنودی شغلی، فرسودگی شغلی و غیره، پیشگیری و در جهت منافع فرد و سازمان عمل کند.

منابع

پالاهنگ، حسن؛ نشاط‌دوست، حمیدطاهر و مولوی، حسین (۱۳۸۸)، هنجاریابی پرسش‌نامه شش‌عاملی شخصیت HEXACO-PI-R در دانشجویان ایرانی، *روانشناسی*، دوره چهارم، شماره ۱۶، ص ۶۶-۴۸.

توماس، شریل (۱۳۸۷)، کارگاه آموزشی رهبری اقتصادی، شرکت رادمان.

یعقوبی بگلر، نرگس (۱۳۸۷)، بررسی ویژگی‌های روان‌سنجی سیاهه تیپ‌شناسی مایرز-بریگز براساس نظریه سؤال-پاسخ و مقایسه آن با نظریه کلاسیک، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی. استاد راهنما: علی دلاور.

Adler, A. (1939). *Social interest*. New York: Putnam.

Allport, G. W. (1937). *Personality: A psychological interpretation*. New York: Holt, Rinehart & Winston.

Ashton, M.C., Lee, K., Perugini, M., Szarot, P., Devries, RE., Di Blas, L., Bors, K. & De Read, B. (2004). A Six-Factor Structure of Personality-Descriptive Adjective: Solutions from Psycho Lexical Studies in Seven Languages, *Journal of Personality and Social Psychology*, 86, 356- 366.

Ashton, M.C., Lee, K., Vernon, P.A. & Jang, L. (2000). Fluid Intelligence, Crystallized intelligence, and the openness/ Intellect Factor, *Journal of Research in Personality*, 34, 198- 207.

Bakan, D. (1966). *The duality of human existence: Isolation and communion in Western man*. Boston: Beacon.

Barrick, M. R., Mount, M. K., & Judge, T. A. (2001). Personality and performance at the beginning of the new millennium: What do we know and where do we go next?. *International Journal of Selection and Assessment*, 9(1-2), 9-30.

- motivation* (pp. 55-89). Lincoln: University of Nebraska Press.
- Hogan, R. (1991). Personality and personality measurement. In M. D. Dunnette & L. M. Hough (Eds.), *Handbook of industrial and organizational psychology* (Vol. 2, 2nd ed., pp. 327-396). Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press.
- Hogan, R., & Hogan, J. (1995). *Hogan Personality Inventory manual* (2nd ed.). Tulsa, OK: Hogan Assessment Systems.
- Hogan, R., Hogan, J., & Warrenfeltz, R. (2007). *Hogan Assessment inventories: A guide to understanding and interpreting the Hogan Personality Inventory, Motives, Values, Preferences Inventory, and Hogan Development Survey*. Tulsa, OK: Hogan Assessment Systems.
- Hogan, R., Jones, W., & Cheek, J. M. (1985). Socioanalytic theory: An alternative to armadillo psychology. In B. R. Schlenker (Ed.), *The self and social life* (pp. 175-198). New York: McGraw-Hill.
- Hough, L. M. (1992). The "Big-Five" personality variables—construct confusion: Description versus prediction. *Human Performance*, 5, 139-156.
- I-Sight. (1996), *Research Report ,Item Number 0-230*. By inscape Publishing. All rights reserved Copyright secured in the US and foreign countries.
- I-Sight. (1996), *Research Report, Item Number.0-231.A Comparison of the Personal Profile System and Myers-Briggs Type indicator*.
- I-Sight. (1996). *Research Report ,Item Number.0-234* By inscape Publishing INC. All rights reserved. Copyright secured in the US and foreign countries.
- I-Sight. (2005). *DISC® Validation Research Report*. By inscape Publishing INC. All rights reserved. Copyright secured in the US and foreign countries.
- I-Sight. (2008) *DISC® Classic Validation Report*. Inscape Publishing, Inc. All Rights Reserved. Copyright secured in
- Bonnstetter, B & Suiter, J. (2007). *The Universal Language of DISC: A Reference Manual*, 4th edition.
- Carlson Learning Company (1994). blue DiSC paper profile. inscape Publishing INC. All rights reserved. Copyright secured in the US and foreign countries.
- Carson, R. C. (1969). *Interaction concepts of personality*. Chicago: Aldine.
- Caspi, A., & Bem, D. J. (1990). Personality Continuity and Change across the Life Course (21).
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2000). *Research Methods in Education* [5th edn] London: Routledge Falmer. *Teaching in Higher Education*, 41, 21.
- Cohen, L.L., Manion, L., & Morrison (2000), *Research Methods in Education* .by Routledge Falmer, 5th edition.
- Costa, P. T. Jr., & McCrae, R. R. (1992). *Revised NEO Personality Inventory (NEO-PI-R) and NEO Five-Factor Inventory (NEO-FFI): Professional manual*. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.
- De Raad, B., & Perugini, M. (Eds.). (2002). *Big Five assessment*. Seattle, WA: Hogrefe & Huber.
- Hogan, J., & Hogan, R. (1991). *Levels of analysis in big five theory: The structure of selfdescription*. Paper presented at the Sixth Annual Conference of the Society for Industrial and Organizational Psychology. St. Louis, MO.
- Hogan, J., & Hogan, R. (1996). *Motives, Values, Preferences Inventory manual*. Tulsa, OK: Hogan Assessment Systems.
- Hogan, J., & Hogan, R. (2007). *Hogan personality inventory manual*. Tulsa, Hogan Assessment Systems .
- Hogan, J., & Holland, B. (2003). Using theory to evaluate personality and job-performance relations: a socioanalytic perspective. *Journal of Applied Psychology*, 88(1), 100.
- Hogan, R. (1983). A socioanalytic theory of personality. In M. M. Page (Ed.), *1982 Nebraska symposium on*

- Myers, I. B., McCaulley, M. H., & Most, R. (1985). *Manual, a guide to the development and use of the Myers-Briggs type indicator*. consulting psychologists press.
- Myers, I. B., McCaulley, M. H., & Most, R. (1985). *Manual: A guide to the development and use of the Myers-Briggs Type Indicator* (Vol. 1985). Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press.
- Myers, I.B. (1962)*The Myers-Briggs Type Indicator*. Consulting Psychologists Press, Palo Alto, CA.
- Ones, D. S., Dilchert, S., Chockalingam, V., & Judge, T. A., (2007). In support of personality assessment in organizational settings. *Personnel Psychology*, 60(4), 995-1027.
- Ones, D. S., Mount, M. K., Barrick, M. R., & Hunter, J. E. (1994). Personality and job performance: a critique of the tett, jackson, and rothstein (1991) meta-analysis. *Personnel Psychology*, 47(1), 147-156.
- Pervin, L. A. (Ed.). (2015). *Goal concepts in personality and social psychology*. Psychology Press.
- Rank, O. (1945). *Will therapy and truth and reality*. New York: Knopf.
- Rothstein, M. G., & Goffin, R. D. (2006). The use of personality measures in personnel selection: What does current research support?. *Human Resource Management Review*, 16(2), 155-180.
- Salgado, J. F., & Moscoso, S. (1999, May). *Construct validity of two personality inventories based upon the five-factor model (FFM)*. Paper presented at the fourteenth annual conference of the Society for Industrial-Organizational Psychology, Inc., Atlanta, GA.
- Sullivan, H. S. (1953). *The interpersonal theory of psychiatry*. New York: Norton.
- Watson, D., Hubbard, B., & Wiese, D. (2000). Self-other agreement in personality and affectivity: The role of acquaintanceship, trait visibility, and assumed similarity. *Journal of the US and foreign countries*, Inscape Publishing.
- I-Sight.(2008). *The DISC ® Dimensions and Everything DISC ® SalesBy* inscape Publishing INC. All rights reserved. Copyright secured in the US and foreign countries.
- Judge, T. A., & Ilies, R. (2002). Relationship of personality to performance motivation: a meta-analytic review. *Journal of applied psychology*, 87(4), 797.
- Judge, T. A., & Zapata, C. P. (2015). The person-situation debate revisited: Effect of situation strength and trait activation on the validity of the Big Five personality traits in predicting job performance. *Academy of Management Journal*, 58(4), 1149-1179.
- Judge, T. A., Rodell, J. B., Klinger, R. L., Simon, L. S., & Crawford, E. R. (2013). Hierarchical representations of the five-factor model of personality in predicting job performance: integrating three organizing frameworks with two theoretical perspectives. *Journal of Applied Psychology*, 98(6), 875.
- Leary, T. (1957). *Interpersonal diagnosis of personality*. New York: Ronald Press.
- Marston, W. M. (1928). *Emotion of Normal People*. New York: Harcourt, Brace and Company.
- Moon, H. (2001). The two faces of conscientiousness: Duty and achievement-striving within evaluation of commitment dilemmas. *Journal of Applied Psychology*, 86, 533-540.
- Motowidlo, S. J., Borman, W. C., & Schmit, M. J. (1997). A theory of individual differences in task and contextual performance. *Human Performance*, 10, 71-83.
- Mount, M. K., Barrick, M. R., & Stewart, G. L. (1998). Five-factor model of personality and performance in jobs involving interpersonal interactions. *Human Performance*, 11, 145- 165.
- Murray, H. A. (1938). *Explorations in personality*. New York: Oxford University. Press.

Wiggins, J. S., & Trapnell, P. D. (1996). A dyadic-interactive perspective on the Five-Factor model. In J. S. Wiggins (Ed.), *The Five-Factor model of personality* (pp. 88-162). New York: Guilford.

Personality and Social Psychology, 78, 546-558.

Wiggins, J. S. (1979). A psychological taxonomy of trait-descriptive terms: The interpersonal domain. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 395-412.

جدول ۱- تعدادی از منابع پژوهشی نشان دهنده اعتبار HPI برای استفاده در ۷ خانواده شغلی

1	Hogan, R., & Shelton, D. (1997). <i>Preemployment screening for quality management, administrative, and clerical personnel</i> (Tech. Rep. No. 114). Tulsa, OK: Hogan Assessment Systems.
2	Hogan, R., & Michel, R. (1996). <i>Preemployment testing for owner operators</i> (Tech. Rep. No. 270). Tulsa, OK: Hogan Assessment Systems.
3	Oh, K., & Holland, B. (2002). <i>Validity of the Hogan Personality Inventory for selecting police officers</i> (Tech. Rep. No. 267). Tulsa, OK: Hogan Assessment Systems.
4	Hogan, J. & Brinkmeyer, K. (1994). <i>Validity of the Hogan Personality Inventory for selecting telephone sales representatives</i> (Tech. Rep. No. 263). Tulsa, OK: Hogan Assessment Systems.
5	Shin, H., & Holland, B. (2001). <i>Validity of the Hogan Personality Inventory for selecting farm marketing representatives</i> (Tech. Rep. No. 265). Tulsa, OK: Hogan Assessment Systems.
6	Hogan, R., & Holland, B. (1999). <i>Validity of the Hogan Personality Inventory for selecting drivers</i> (Tech. Rep. No. 242). Tulsa, OK: Hogan Assessment Systems
7	Holland, B., Shin, H., & Hogan, J. (2000). <i>Selecting Project Managers, Superintendents, and Estimators using the Hogan Personality Inventory, Hogan Development Survey, and Motives, Values, Preferences Inventory</i> (Tech. Rep. No. 182). Tulsa, OK: Hogan Assessment Systems.
8	Kisner, R. F., Holland, B., & Hogan, J. (1999). <i>Validity of the Hogan Personality Inventory for trading assistants</i> (Tech. Rep. No. 174). Tulsa, OK: Hogan Assessment Systems.
9	Hogan, J., Holland, B., & Hogan, R. (1998). <i>Validity of the Hogan Personality Inventory for selecting emergency communications officers</i> (Tech. Rep. No. 170). Tulsa, OK: Hogan Assessment Systems.
10	Hogan, J., Holland, B., & Hogan, R. (1998). <i>Validity of the Hogan Personality Inventory for selecting mechanics</i> (Tech. Rep. No. 169). Tulsa, OK: Hogan Assessment Systems.
11	Holland, B., & Hogan, J. (1999). <i>Validity of the Hogan Personality Inventory for selecting recreation leaders</i> (Tech. Rep. No. 168). Tulsa, OK: Hogan Assessment Systems.
12	Hogan, J., Najjar, M., & Holland, B. (1999). <i>Validity of the Hogan Personality Inventory of selecting managers</i> (Tech. Rep. No. 158). Tulsa, OK: Hogan Assessment Systems.
13	Hogan, R., & Shelton, D. (1997). <i>Validity of the Hogan Personality Inventory for selecting certified nursing assistants</i> (Tech. Rep. No. 127). Tulsa, OK: Hogan Assessment Systems.