

Personlighedstest på det danske marked

Hovedformålet med denne artikel er at tegne et billede af det danske marked for erhvervspsykologiske personlighedstest, så brugere af test bedre kan orientere sig.

Ikke alle personlighedstest på det danske marked bliver nævnt i denne artikel.

I denne artikel reflekteres der først over kritikken og den specielle udvikling, som er foregået på det danske testmarked. Derefter beskrives forskellen mellem den ipsative og normative konstruktionsmetode, som på det praktiske plan bl.a. kobles sammen med mulighederne for at "snyde".

Ved valget af test til denne artikel prioriteres beskrivelsen af de mest omfattende og de mest anvendte test. De mest omfattende test beskrives først, og de beskrives sammen med de test, der på den ene eller anden måde er knyttet til dem. De test, der er nævnt i artiklen om den historiske udvikling, beskrives kun sporadisk.

Kritikken af personlighedstest i erhvervssammenhæng

Midt i 1960'erne kom der i USA en del kritik mod den positivistiske udvikling inden for personlighedspsykologien og især inden for personlighedstest.

For det første var der en kritik af det hypotetiske begreb "personlighed". Ifølge kritikken er personligheden ikke eksisterende som et fast element i en person. Der findes ingen grundlæggende egenskaber, som gør at en person må handle på en bestemt måde. Personen vælger selv sin adfærd på baggrund af sin opfattelse af situationen, hvilket betyder, at det i højere grad bliver situationen, der bestemmer en persons "personlighed".

For det andet blev det i flere tilfælde påvist at prognoseværdien af et testresultat fra en personlighedstest var for lav til at give nogen praktisk værdi.

I USA var det især den sidste del af kritikken, at personlighedstest ikke fungerede særlig godt i erhvervssammenhæng, som var dominerende. Kritikken af prognoseværdien blev taget alvorligt i fagkredse i USA, og der blev arbejdet med problemstillingen op gennem 1970'erne. Problemet blev dog først løst i 1980'erne med nye statistiske metoder, hvor det blev muligt at gennemføre de såkaldte metaanalyser, som giver mulighed for at samle grupper af analyser med mindre datasæt (antal testpersoner).

I Danmark blev kritikken af personlighedsbegrebet til en mere politisk debat, der førte til, at erhvervspsykologi og erhvervspsykologiske test blev mistænkeliggjort. At beskæftige sig med arbejdspsykologi blev tolket som at gå kapitalens og erhvervslivets ærinde mod lønmodtagernes interesser. Arbejdspsykologer blev betragtet som arbejdsgivernes lakajer, der hjalp til med at passivisere, udnytte eller frasortere uønskede elementer blandt arbejdstagere. Denne situation holdt sig helt frem til begyndelsen af 1980'erne og betød i praksis, at udviklingen af erhvervspsykologiske test i en længere periode blev henvist til personer uden for det fagpsykologiske miljø.

Først med Erhvervspsykologisk Institut (EPI), som havde sin storhedstid i 1980'erne, blev der skabt et fagpsykologisk forum for Erhvervstest.

Kan man "snyde"?

- Forskellen på ipsative og normative test

Der findes to forskellige metoder, som anvendes til design af spørgsmål til personlighedstest: Den ipsative og den normative.

Ipsative er latin og betyder selv. Ipsativt konstruerede test måler, hvilke træk der er særligt fremtrædende hos den enkelte person, men de sammenligner ikke personer indbyrdes. Eksempelvis stilles to udsagn (kreativitet - selvstændighed) op over for hinanden, og testpersonen bedes besvare hvilket udsagn, der passer bedst på vedkommende.

Ved normativt konstruerede test anvendes typisk en 5-punkt Lickert - skala. Eksempelvis (1. meget uselvstændig 2. uselvstændig 3. hverken selvstændig eller uselvstændig 4. selvstændig 5. meget selvstændig). Her bedes testpersonen besvare, hvor selvstændig vedkommende er. Denne metode kaldes normativ, fordi testpersonen vurderer sig selv i forhold til andre mennesker. I den akademiske verden anvender man næsten udelukkende den normative metode, som giver mulighed for statistiske analyser af sammenligninger mennesker imellem.

Kritikken af normativt konstruerede test til rekrutteringsformål har været, at det er alt for let for testpersonen at "snyde" eller alt for let at tegne et positivt billede af sig selv. Testpersonen kan eksempelvis svare 5 ved alle spørgsmålene og score højt på alle skalaer. Ved de ipsativt konstruerede test er testpersonen tvunget til at vælge. Hvis personen i eksemplet vælger selvstændighed fravælges kreativitet. Således vil det ikke være muligt at score højt på alle skalaer. Denne tvang i valget antages at tvinge personen til en større ærlighed.

De ipsativt konstruerede tests er udviklet til at sammenligne egenskaber ved den samme person, men i praksis anvendes ipsativt konstruerede test også til interpersonelle sammenligninger. Dette har især været kritiseret af testpsykologer, men nyere data tyder på, at resultater fra ipsativt konstruerede test ikke adskiller sig væsentligt fra resultater fra normativt konstruerede test.

I de normativt konstruerede test har man forsøgt at afsløre "snydere" ved at konstruere særlige spørgsmål, som ved en positiv besvarelse indikerer et socialt ønskværdigt billede (eksempelvis påstanden "jeg bliver aldrig vred"). Hvis en person svarer bekræftende på denne påstand vil hypotesen være, at personen tegner et falsk men "socialt ønskværdigt" billede af sig selv. Ved andre lejligheder har man gennemført nogle analyser af svarstilen, som giver et fingerpeg om snyd eller som giver en antydning af, at man ikke tager besvarelsen seriøst.

Man kan dog hverken i ipsativt eller normativt konstruerede test forhindre testpersoner i at "snyde", og de forskellige forsøg på at afsløre fortegnede billeder virker ikke altid lige godt. Den bedste metode, som måske ikke giver 100 % sikkerhed, men som øger troværdigheden, er:

- for det første, at give testpersonen en ordentlig instruktion inden testen udfyldes
- for det andet, at gennemføre en seriøs diskussion om formålet og om hvad resultatet skal anvendes til.

Mange erhvervspsykologiske test på det danske marked er ipsativt konstruerede, medens personlighedpsykologiske test i den akademiske verden næsten udelukkende anvender normative skalaer.

Gordons Testpakke

Leonard V. Gordon (1951) ville oprindeligt sammenligne validiteten mellem ipsativt og normativt konstruerede tests. Til det formål tog han udgangspunkt i 6 af Catells 16 skalaer som særligt relevante, hvilket førte frem til den ipsative test, Gordons Personal Profile – Inventory (GPP-I). Den spredte sig hurtigt som en erhvervspsykologisk test i USA og resten af den vestlige verden, dels pga. den praktiske anvendelighed i rekrutteringssammenhænge, dels pga. af Gordons store imødekommenhed over for mange store konsulentvirksomheder, som i Danmark og Sverige i forbindelse med den akademiske tøven over for erhvervspsykologiske tests i 1970'erne selv tog hånd om udviklingen.

Her kan blandt andre nævnes: Compass og Klint-Bergh, som indtil for nylig har anvendt deres egen svenske version af Gordons tests. Mercury Urvals PMI, som hævdes at referere til Fem – Faktormodellen, har mange ligheder med Gordons test. Master Managements personlighedstest ”Master Person Analyse” er en videreudvikling af Gordons GPP-I.

Gordon forsøgte at løse det ipsative ”problem”, som er, at skalaerne er indbyrdes afhængige, og at man principielt kun kan sammenligne egenskaber ved den samme person. Han konstruerede en test med blokke af 4 påstande, to positivt ladede og 2 negativt ladede. Testpersonen skal ganske vist stadig vælge den påstand, der passer bedst og den påstand, der passer dårligst, men ved at der både er negativt ladede og positivt ladede påstande bliver skalaerne ikke som udgangspunkt afhængige af hinanden. Derfor kaldes testen også en quasitiv – ipsativ test.

Gordons Testpakke, og består af 3 test:

- Gordons Personal Profile – Inventory (GPP – I), som gik under navnet ”Adfærd”, da den i 80'erne blev udgivet af EPI, består af 152 udsagn og danner 8 personlighedstræk.
- Survey of Interpersonal Values (SIV), som gik under navnet ”Livsstil”, da den i 80'erne blev udgivet af EPI, består af 90 udsagn og giver et billede af 6 centrale værdier i relationen til andre mennesker.
- Survey of Personal Values (SPV) består af 90 udsagn og giver et billede af 6 personlige værdier, der har betydning for, hvordan personen håndterer hverdagens problemer.

Ved at kombinere de tre test får man mulighed for at undersøge den dynamik, der opstår, når man sætter adfærd og værdier over for hinanden.

Gordons testpakke er meget brugervenlig og veldokumenteret, specielt internationalt, hvor den har gode reliabilitets og validitets data. Som så mange andre tests på dette kompleksitetsniveau, kræver det både øvelse og teoretisk indsigt at få fornøjelse af testen. Den danske udbyder, Hogrefe Psykologisk Forlag, kræver da også at brugere certificeres i at anvende testen.

Mercury Urval er en af de få konsulentvirksomheder, der er stor nok til at vedligeholde sin egen test, som kun anvendes til eget brug. Firmaet sidder på den største del af rekrutteringsmarkedet og har et stort datagrundlag, som anvendes til vedligeholdelse af testens forskellige normer. Testen minder meget om Gordons samlede testpakke, men som andre private virksomheder værner Mercury Urval om sit forretningsgrundlag, så den almene viden om personlighedstesten, PMI er relativt lille.

Master Person Analyse

Master Managements videreudvikling af GPP-I "Master Person Analyse" består af 40 blokke med hver 4 personbeskrivelser men uden det quasitativt – ipsative element som i Gordons GPP-I. Testen er bygget op omkring 9 egenskaber opdelt i 3 hovedområder:

- Ego Drive: præstationsorientering, gennemslagskraft, energi
- Sociale Faktorer: følelsesmæssig kontrol, relationer, samarbejde
- Arbejdsstil: tænkemåde, beslutningsstil

GarudaProfilen

I begyndelsen af 1980-erne udviklede Finn Havaleschka en ipsativ personlighedstest til det danske marked. Testen afdækker 16 persontræk og er opbygget af 80 blokke med 4 påstande i hver. Testpersonen skal ligesom i Gordons GPP-I vælge en påstand, der passer bedst og en påstand, der passer dårligst (mest enig – mest uenig). Testen er veldokumenteret og vandt både stor udbredelse og faglig anerkendelse, da den kom på markedet i firserne. Op gennem halvfemserne, hvor mange andre gode tests kom på markedet, blev den mindre synlig, men efter en omstrukturering af firmaet er den igen ved at vinde indpas på markedet. Testen er især kendt for sin "Hoved – Hjerte – Ben" model, som indeholder strukturfaktorer, samværsfaktorer og ego-drivefaktorer.

OPQ (Occupational Personality Questionnaire)

En anden test eller gruppe af test som har fået stor udbredelse i Danmark er OPQ konceptet, som er udviklet i England af P. Saville m.fl. og udgives af Saville and Holdsworth Ltd (SHL Group). Konceptet tager udgangspunkt i personlighedsdimensioner, som kan relateres til mennesket i arbejdslivet og er således en decideret erhvervspsykologisk test, som er rettet mod at blive anvendt i erhvervslivet. SHL lægger meget vægt på, at det ikke nødvendigvis er psykologer, som får adgang til at anvende deres test. Til gengæld lægger de meget vægt på den certificerende uddannelse.

Hele OPQ konceptet er meget veldokumenteret, og der findes detaljerede manualer til fortolkninger af testen.

OPQ 32 er bygget op om 32 parametre, der grupperes inden for otte hovedområder: Indflydelse. Kontakt. Empati. Analyse. Kreativitet og forandring. Struktur. Følelsesudtryk. Dynamik. Parametrene måles via 104 udsagnsblokke med fire udsagn i hver. Testen findes både i en ipsativ og en normativ udgave.

PAPI (Personality and Preference Inventory)

Konsulentfirmaet Cubiks, som er en del af PA Group, har siden 1970'erne haft sin egen test. Allerede i 1960'erne havde PA en test (eller et hjælpeværktøj), som de kaldte PA Preference Inventory. PAPI er ligesom OPQ stærkt rettet mod den adfærd, der er relevant i erhvervssammenhænge, men konstruktørerne lægger ikke skjul på, at testen er stykket sammen af materiale fra kendte test. PAPI havde en relativ stor udbredelse i Danmark i 1980'erne, hvor mange kendte virksomheder havde licens på metoden, men interessen for testen dalede i takt med at flere gode test kom frem på det danske marked. Oprindeligt var PAPI en ipsativ test, som bestod af 180 påstande, der parvis var sat over for hinanden. Resultatet af besvarelserne viser 7 overlappende dimensioner med 20 delkomponenter.

Cubiks gennemførte i 1996 en omfattende renovering af testen med store datamængder fra flere landede og udviklede samtidig en normativ version af testen, hvor de 7 overlappende dimensioner har fået nye benævnelser, der ligger tættere på Fem - Faktormodellen. I den normative version skal kandidaten vurdere sig selv på en 7-skala. Denne vurdering sammenlignes herefter med en norm-gruppe. I den ipsative version foretager kandidaten en vægtning af de enkelte skalaer i forhold til hinanden. Den psykometriske udvikling foregår i London, men der findes udmærkede danske nor-mer og testen vinder igen frem på det danske marked.

BTB (Bidrag til Bedømmelse)

BTB er en anden ipsativ test, som tager udgangspunkt i den adfærd, der er central at måle i en er-hvervssammenhæng. Testen udgives af Center for Ledelse og blev oprindeligt udviklet i 1980'erne af Oluf Aagaard, som var direktør i det tidligere IP (Institut for Personalerådgivning). Testen blev udviklet ved at spørge danske personalechefer, hvad de gerne vil vide noget om, når de ansætter ledere. Det førte frem til en lang række ønsker, som blev kogt ned til 12 dimensioner. Testen er en ren dansk test og har de fordele, som det giver, at ordene og normerne tager deres udgangspunkt i det danske sprog og den danske kultur. Til gengæld har den også problemerne med de store om-kostninger ved vedligeholdelse.

Test med baggrund i DISC tilgangen

William Moulton Marstons bog fra 1928 "The emotions of normal people" danner det teoretiske grundlag for mange forskellige test. I Danmark er de mest kendte: DISC, Thomas Profilen og PI (Predictive Index). Det er alle nogle relativt enkle test, der tager omkring 10 minutter at udfylde. Deres store udbredelse skyldes ikke den psykometriske eller akademiske dokumentation men snare-re en enkelhed i administration og forståelse.

Blandt testleverandørerne er der nogenlunde enighed om, hvad Marstons ideer går ud på. Ifølge disse har mennesker et behov for at påvirke respektivt at blive accepteret af sine omgivelser, og det kan så foregå i et negativt eller et positivt miljø. På den måde fremstår der 4 dimensioner:

Påvirke i et negativt miljø:	Dominance (Dominans)
Påvirke i et positivt miljø:	Inducement (Indflydelse)
Accepteres i et positivt miljø:	Submission (Underdanighed)
Accepteres i et negativt miljø:	Compliance (Føjelighed)

Dermed fremkommer akronymet DISC

Testen består 112 adjektiver med 28 til hver af de 4 dimensioner. Adjektiverne er grupperet i blokke på 4 med et adjektiv fra hver dimension. Inden for hver blok vælger testpersonen så det adjektiv, som passer bedst og det adjektiv, som passer dårligst på personen.

Der findes ikke meget tilgængelig dokumentation af DISC metoden, hvilket kan give anledning til nogen usikkerhed. På det teoretiske plan kan det desuden være vanskeligt at adskille dominans og indflydelse ligesom det kan være vanskeligt at adskille underdanighed og føjelighed som forskellige personlighedsdimensioner.

PI (Predictive Index), som også hylder Marston som ophavsmand, blev udviklet i 1950'erne i USA af Arnold Daniels. Testen indeholder ligesom DISC metoden en lang række adjektiver, men de præsenteres på en anden måde. På testens forside skal man markere de ord, der beskriver hvordan andre mennesker forventer, at man opfører sig og på bagsiden skal man markere de ord, som man opfatter virkelig beskriver en. I Danmark er testen mest kendt ved at AP Møller Gruppen anvender den. I sin enkelhed kan det ikke afvises, at dominans og indflydelse kontra underdanighed og føjelighed siger noget om ledelse og måske også noget om tilpasningen til en bestemt virksomhedskultur. I det mindste angiver personalefunktionen i AP Møller på baggrund af et omfattende datamateriale, at testen har en god prognoseværdi for succes i ansættelsen hos AP Møller.

16PF5

Den 5. udgave af Cattells personlighedstest 16PF5 består af 16 primære træk og 5 globale træk. De 5 globale træk giver et overordnet billede af personligheden og minder i høj grad og "THE BIG FIVE" fra Fem – Faktormodellen. Testen har gennem årene både vundet stor respekt og stor udbredelse. Den findes nu på 19 sprog i en webbaseret udgave og udgives i Danmark af OPP Denmark ApS.

MBTI

MBTI er som omtalt under den historiske udvikling en af de mest udbredte test i verden og uden tvivl den mest kendte erhvervstest i Danmark. Testen kortlægger fire præferencer, som kan kombineres på 16 forskellige måder. En af grundene til den store udbredelse er ikke blot Jungs solide teori, som ligger bag, men også den pædagogiske genialitet, der ligger i at benævne alle præferencerne som værdifulde forskelle. Uanset hvilken type du ender med at vælge, er det en helt speciel værdifuld type i det sociale samspil.

Testen anvendes ikke i forbindelse med rekruttering (præference er ikke det samme som kompetence). Til gengæld anvendes den både i forbindelse med individuelle udviklingsforløb og i forbindelse med kurser, hvor samspillet mellem de forskellige typer kan sættes i fokus.

I Danmark udgives MBTI af OPP Denmark ApS.

NEO PI-R

Fem – Faktormodellen ("THE BIG FIVE") er "The State of Art" inden for personlighedspsykologien og NEO PI-R er den test, der oftest knyttes sammen med Fem – Faktormodellen. Den indeholder 240 spørgsmål og beskriver 30 persontræk eller facetter, som grupperes i 5 domæner, der hver indeholder 6 træk.

Modellen er en systematisering af sproget og giver derfor en enkel, vedkommende beskrivelse af personligheden. Det samme er tilfældet med testen NEO PI-R som er en operationalisering af modellen. Som noget relativt nyt er testen også kommet i en erhvervsvenlig udgave i Danmark.

I Danmark udgives den af Hogrefe Psykologisk Forlag.

Af nye større velrenommerede test som ikke var synlige på det danske marked i 2005 kan nævnes:

Saville Consulting Wave (udgives i Danmark af Saville Consulting Danmark A/S)

og

Hogan Assessment Systems (udgives i Danmark af a&D resources)