

# *Familie* **BILLEDER**

# Familie BILLEDER

*Parents Preference Test er navnet på en ny dansk test, som kan måle forældrestilen. Billedafprøvning indgår som et centralt led i valideringen af testen.*



**Galilei er kendt** for at have sagt: "Gør det umålelige måleligt."

I de forløbne fire år, hvor jeg har arbejdet med at udvikle Parents Preference Test, PPT, har jeg indimellem været i tvivl om, hvorvidt det var muligt at udvikle en målemetode i forhold til forældrestilen – men det er lykkedes.

Baggrunden for at gå i gang med at udvikle en test til måling af forældrestilen er, at jeg i over 30 år som klinisk psykolog har måttet benytte psykologiske testværktøjer, som hver især har kunnet kaste lys over nogle af forudsætningerne for at fungere som forældre. Men ingen har været fokuseret på forældreskabet.

Jeg har derfor været henvist til at benytte mig af psykologiske testværktøjer, der – set ud fra forældrenes synspunkt



– ikke har nogen umiddelbart relevans til deres situation som forældre. Jeg har brugt testværktøjer som Rorschach, WAIS, NEO-PI-R osv. Alle er de rigtig gode testværktøjer, som giver et godt billede af forskellige sider af klientens personlighed. Men de giver ikke noget billede af forældrestilen, altså forældrenes foretrukne måde at interagere med deres børn på.

Mit ønske har været at udvikle en test, der mindre afhængigt af psykologens observationer og på kort tid kunne afdække væsentlige sider af forældrestilen som udgangspunkt for en dialog og målrettet rådgivning og vejledning i forhold til de konkrete problemstillinger i den pågældende familie.

## Baseret på billeder

Jeg ønskede fra begyndelsen, at testen skulle være en billedbaseret multiple choice test, baseret på fire dimensioner i forældrestilen, som jeg anser for centrale: Energi, opmærksomhed, indlevelse og regulering. Ved at variere de tre af dimensionerne (opmærksomhed, indlevelse og regulering) i forhold til den fjerde dimension (energien beskrevet som aktiv/afventende) kunne forældrestilen illustreres i dynamiske, interaktive billeder.

Når jeg valgte en billedbaseret multiple choice testmetode, er det, fordi et billede siger mere end mange ord. Et billede kan forstås, uanset hvilke sproglige evner en person har. Det har været vigtigt for mig, da jeg i mine undersøgelser ofte er stødt på klienter, for hvem fx et spørgeskema har været en meget stor sproglig hindring, for at kunne indgå i testforløbet.

De hidtidige erfaringer med at bruge PPT har omvendt vist, at når klienter bliver præsenteret for en billedbaseret test, så har de en umiddelbart langt større motivation for

at engagere sig i testen. Og sidst – men ikke mindst – så lever vi i dag i en langt mere visuel verden end tidligere, og de visuelle medier har fået en dominerende indflydelse på vores hverdag.

## Genkendelighed

Jeg har med udviklingen af PPT tilstræbt at udvikle en test, der har en høj *face validity*. Altså at de situationer og temaer, der indgår i testen, alle illustrerer almindelige hverdagsituationer i en familie. Situationer, som langt de fleste kan genkende og identificere sig med som forældre.

Testen skal være let og hurtig at administrere, den skal inspirere til dialog om det at være forældre og inspirere til et medejerskab til testresultatet og den udvikling og forandring, psykologen lægger op til.

Desuden er det selvfølgelig en standardiseret test, som er afprøvet efter videnskabeligt anerkendte metoder – dvs. den har skullet leve op til gængse standarder og krav til en videnskabeligt afprøvet psykologisk test.

At sikre alt dette har kun kunnet lade sig gøre, fordi der har stået et team af psykologer med hver deres ekspertise på testområdet bag udviklingen af PPT. Psykometriker på projektet har været cand.pæd.psych. *Carsten Rosenberg Hansen*, som er kendt fra udviklingen af andre testværktøjer. Han har indgået som kompetent hjælper og kritisk støtte i hele forløbet med at få PPT til at leve op til de nævnte krav.

Med beslutningen om, at PPT skulle være en billedbaseret test, stod det mig tidligt klart, at der er meget lidt litteratur om det at beskrive billeder og slet intet om det at anvende



## Klar til sommer

Parents Preference Test, PPT, udgives på Psykologisk Forlag i sommeren 2003 og præsenteres for et internationalt publikum på 8. Europæiske Psykologkongres i Wien i juli. Udviklingsarbejdet er delvist finansieret af midler fra Vækstfonden.

PPT er klarificeret som en A-test og må kun benyttes af certificerede psykologer.

Spørgsmål om testen kan rettes til Finn Westh på fw@wewe.dk

Tegningerne til artiklen er alle hentet fra testen. Illustrator: Jesper Frederiksen.

► ► ► billeder i psykologisk test. Der skulle derfor først udvikles et design for billedafprøvning.

Formålet med billedafprøvningen var primært ønsket om at sikre, at de samspilssituationer, som det var tanken at billederne skulle beskrive, også blev oplevet som sådan. Kriteriet for et "godt nok" billede blev, at mindst 80 % af testpersonerne skulle opleve det samme i billedet, samt at denne oplevelse kunne tolkes inden for den forståelsesramme, der var intentionen med billedet.

Valget af tegner faldt på *Jesper Frederiksen*, der i mange år har arbejdet som illustratør på fx mange af Politikens udgivelser. Jeg har i sandhed måttet trække på hans tålmodighed, når jeg igen og igen har pillet tegninger fra hinanden for at sætte dem sammen igen på nye måder og med nye effekter. Billedsprog er sandelig en videnskab, i samme grad som billedudtryk er en kunst!

### Far eller børnelokker?

Det er ikke så let at bruge billeder i stedet for ord. Fordi billeder læses i en sammenhæng, som ikke mindst "Københavnerskolen – den fænomenologiske forgrening af gestaltpsykologien" påpegede.

Vi læser billeder i forhold til vores kulturelle baggrund, i forhold til vores normer, i forhold til vores øjeblikkelige

livssituation og i forhold til det, at vi befinder os i en testsituation, hvor klienten – som i alle testsituationer – kan have et ønske om, at gøre det 'rigtige'. Det betyder, at selv små detaljer i et billede kan få meget stor betydning, og det har været ganske lærerigt.

Her skal anføres et enkelt eksempel: Hårfine forskelle i afstanden mellem personer på et billede betyder alt for, om de opleves som hørende sammen eller ej. En mandsperson, der sidder på en bæk bag nogle børn, opleves som deres far, hvis han placeres tæt bag børnene, men kommer han en anelse længere tilbage, opleves han som en fremmed, en tvivlsom person eller ligefrem som en børnelokker!

Her mærkes også tydeligt, at det at være forældre er et uhyre følsomt område. Måske det mest personlige og mest sårbare, man kan stille spørgsmål til hos en forælder. Her har de varme og livsnære familie billeder vist sig at have en god angstdæmpende effekt.

### En invitation

De hidtidige erfaringer med PPT viser, at det er muligt at tage temperaturen og bidrage til at afklare strukturen i forældrestilen trods den uhyre kompleksitet – der yderligere let bliver domineret af stærke følelser og stærke holdninger. For hvad er det nu, vi gerne vil give vore børn med ud i livet, og hvordan gør man det bedst muligt? – Eller endnu mere bekymrende: hvad gør jeg galt?

Testen inviterer stærkt til dialog, og de konkrete familiecener inspirerer testpersonen til at fortælle om de mange

dilemmaer, man kan stå i som forældre i dag. Man glemmer ikke, at man bliver testet, men brugen af billeder fra familiens hverdag gør det umiddelbart nærliggende at tale om det, som er baggrunden for testningen: ens måde at være forældre på og den mulige sammenhæng, det har med det 'ondt i familien', der har givet anledning til undersøgelsen.

De hidtidige erfaringer med at bruge PPT i familieudredninger og familierapi er, at det at bruge billeder et godt udgangspunkt for en dialog om det perspektiv, man har på sin forældretil, hvad der er historien bag, og hvilken

sammenhæng der kan være imellem ens forældretil og de vanskeligheder, man møder i sin børneopdragelse.

Der, hvor vi er nu i udviklingen af PPT, har vi fået prøvet en masse af – både det at teste forældretilen og at gøre det med billeder. Jeg er meget klar over, at der venter os mange erfaringer forude. Jeg vil gerne invitere andre, der måtte have viden om området, til at være med i den fortsatte udviklingsproces.

*Finn Westh er cand.psych.,  
direktør for Westh Development*

