

Spesialistspill for galleriet

Reidar Nævdal
psykolog

Hilde Thomsen
Illustratør

Psykologforeningens nærmest monopolistiske makt over spesialistutdanningen innebærer få incentiver til å sørge for kvalitetssikring. Det er verdt å problematisere. For de fleste bedrifter innebærer et omdømmetap faren for å bli utkonkurrert av andre med et bedre omdømme (Eccles mfl., 2007). Å håndtere renommé, og dermed begrense omdømmetap, er derfor viktig for alle bedrifter, og i dag er det en egen del av organisasjonsledelse (Wæraas & Maor, 2014). Selv om omdømmetap er skadelig for de fleste bedrifter, er enkelte bedrifter relativt immune. Denne relative immuniteten oppstår blant annet hos organisasjoner med «monopolmakt». Organisasjoner med monopolmakt over en vare som de selv kjøper, kan nærme seg «ideell immunitet». Psykologforeningen har denne ideelle immuniteten i kraft av at den i dag har hovedansvar for spesialistutdanningen for psykologer. Det er det verdt å problematisere.

Etter endt utdanning har jeg gjennomført de obligatoriske kursene for spesialiseringen i klinisk voksen- og i allmenn- og samfunnspsykologi. Opplevelsen min fra spesialistløpet er at Psykologforeningens tilbud varierer i innhold, er vanskelig å navigere etter og ikke gir meg kompetansen jeg har behov for. I denne kronikken foretar jeg en kritisk gjennomgang av Psykologforeningens organisering og rolle i samfunnet, samt driften av spesialistløpet.

Det har nemlig ingen konsekvenser om utdannelsen er dårlig, eller ikke strekker til for kjøperen

Fremfor å vurdere Psykologforeningen som fagforening alene tar jeg utgangspunkt i at foreningen også er en bedrift, utdanningsinstitusjon og politisk aktør. Hvordan dette kan antas å påvirke foreningens omdømme og kvaliteten på spesialistløpet, vurderes med utgangspunkt i teori og forskning på bedriftsledelse og markedsøkonomi. Jeg forsøker å besvare følgende problemstillinger:

- 1 Hva kjennetegner Psykologforeningens organisering av spesialistutdannelsen, og innebærer denne organiseringen noen farer for redusert kvalitet?
- 1 Hva øker sjansen for at en bedrift får et dårlig omdømme, og bærer Psykologforeningen preg av disse farene?

Norsk psykologforenings roller

Psykologforeningen er fagforeningen for autoriserte psykologer i Norge. Foreningen har som formål å «ivareta medlemmenes faglige og økonomiske interesser og bidra til å forbedre menneskers livsvilkår og livskvalitet» (Norsk psykologforening, 2021a). Foreningen har også forpliktet seg til å fremme flere vitenskapelige prinsipper gjennom blant annet prinsipperklæringen for evidensbasert praksis (Sentralstyret, 2007).

Foreningen er samtidig offentlig forvalter av spesialisttittelen og derfor også en utdanningsinstitusjon og kvalitetssikrer av psykologfaglig kompetanse i Norge (Norsk psykologforening, 2021a). Selv om det også fins andre aktører som tilbyr en utdanning som kan godkjennes som spesialitet (Norsk psykologforening, 2021b), er foreningen den klart største selgeren av spesialistløp, og derfor også en bedrift (Norsk psykologforening, 2021c). Medlemmene er altså ikke bare medlemmer, men også kunder.

Faren for redusert kvalitet

Politisk makt

Som fagforening er Psykologforeningen en politisk aktør. Det innebærer unike muligheter andre bedrifter ikke har. Denne politiske makten er nemlig ikke bare nyttig for foreningen som fagforening, men også for foreningen som bedrift. Et eksempel på dette er arbeidet med lønnsforhandlinger. Fagpolitisk har foreningen et uttalt mål om å sikre en høyere lønn til spesialister enn ikke-spesialister (Frøyland, 2018). Gjennom politisk arbeid har foreningen også sikret at arbeidsgiver, ikke deres medlemmer, i de fleste tilfeller betaler for spesialisering (Frøyland, 2018). Psykologer i spesialisering har derfor liten grunn til å vurdere om prisen er rimelig. Eller sagt på en annen måte: Bedriftens kunder har ingen grunn til å vurdere om varen de kjøper, er verdt prisen. Som kunde vil imidlertid produktet sikre en årlig lønnsøkning på i overkant av 200 000 NOK. Som bedrift oppnår derfor Psykologforeningen høye salg uavhengig av kvaliteten på varen.

Tittelen fremstår som et spill for galleriet, og en hemmelighet jeg må holde på på vegne av foreningen

Gjennom denne politiske makten har Psykologforeningen også sikret seg selv som forvalter av spesialisttittelen. Denne innebærer «... ingen sertifisering eller godkjenningssystemer av spesialistutdanningen i regi av myndighetene» (Fagutvalget, personlig kommunikasjon 12. februar 2021). Det er en fagpolitisk seier at Psykologforeningen forvalter spesialiseringen alene. Samtidig innebærer dette at det er ingen konsekvenser av å unnlate kvalitetssikring. På folkemunne blir denne typen dobbeltroller ofte oppsummert som «å sette bukken til å passe på havresekken». Evalueringene som benyttes i dag, bærer også preg av dette. Den mest strukturerte evalueringen er spørreskjema om kursene i utdannelsen. Disse benyttes ved at foreningen «... gjennomgår alle evalueringene og følger opp der det er behov».

Politisk makt tillater at Psykologforeningen ikke risikerer noen konsekvenser av en kvalitetsforsømmelse, og undersøker ikke utdannelsen strukturert. Spesialiseringen må altså ikke være dårlig, men organiseringen øker risikoen for kvalitetsforsømmelse. Jeg mener denne typen risiko er av spesiell betydning da spesialisttittelen er knyttet til befolkningens tjenestetilbud gjennom pakkeforløpet (Helsedirektoratet, 2018) og en stor økonomisk utgift for helsetjenestene.

Monopolmakt

Uregulerte monopoler, selv uten politisk makt, tenderer naturlig mot å redusere kvaliteten på varen eller øke prisen på varene de selger (Mussa & Rosen, 1978). Dette er positivt for bedriften, men går ut over kunden. Under pandemien er flere av spesialistkursene gjennomført digitalt. Prisen ble i den forbindelse senket med 50 kroner dagen sammenlignet med fysiske kurs (Norsk psykologforening, 2021d; Norsk psykologforening, 2021e). Om utgiftene foreningen sparte ved ikke å betale for

forelesningssaler, materiell, kursledernes reise og mat til alle deltagere, var mer enn 50 kroner dagen, vil Psykologforeningen ha økt sin fortjeneste uten å øke kvaliteten på varen de selger. Alle monopoler kan gjennomføre en slik profittmaksimering uten reduksjon i salg (Mussa & Rosen, 1978). Det er derfor forståelig at foreningen vurderer videreføring av digitale kurs også etter pandemien (Valgfritt program i veiledning for psykologer som skal veilede andre yrkesutøvere, personlig kommunikasjon, 11. juni 2021).

Monopoler som Psykologforeningen står også i fare for å tvinge kunden til å kjøpe ett enkelt produkt selv om dette bare delvis møter kjøperens behov (Mussa & Rosen, 1978). I en undersøkelse av foreningens veilederutdanning ble nettopp dette funnet (Nielsen mfl., 2013). Gjennomføringen av utdannelsen hadde bare gitt åtte prosent av respondentene høyere lønn, og de fleste hadde ikke fått flere veilederoppdrag. For foreningen som utdanningsinstitusjon er ikke dette et problem, men siden foreningen også er politisk aktør, ble det stilt spørsmål ved om videreutdanningen var en suksess fordi den bare gjorde deltakerne mer kompetent og ikke førte til høyere lønn.

For meg personlig vil spesialisttittelen sikre høyere lønn og en formalisering av kompetansen min. Men den har gitt et lavere kompetanseutbytte enn jeg forventet. Spesialistutdannelsen oppfyller altså den fagpolitiske hensikten, men ikke mitt behov for kompetanseheving. Som ved de andre tilfellene over er ikke dette uforklarlig atferd fra Psykologforeningens side. De har liten grunn til å fokusere på noe annet enn den fagpolitiske hensikten. Det har nemlig ingen konsekvenser om utdannelsen er dårlig eller ikke strekker til for kjøperen.

Som snart ferdig spesialist forbinder jeg ikke spesialisttittelen med god opplæring i evidensbasert kunnskap

I forbindelse med monopoler er det i Norge vanlig med en sterk statlig styring for å unngå de negative konsekvensene som er beskrevet over. Den statlige reguleringen av monopoler tar som regel utgangspunkt i konkurranseloven med mål om «... å bidra til effektiv bruk av samfunnets ressurser» (konkurranseloven, 2004, § 1). I senere tid har spesialistutdannelsen for leger tatt i bruk en form for regulering ved å involvere Helsedirektoratet. Til tross for at Helsedirektoratet kan stille urimelige krav som kan forringe spesialistutdannelsen til leger, sikrer denne reguleringen et tydelig insentiv til å lage en så god spesialistutdanning som mulig til en rimelig penge.

Faren for å drite seg ut

Uavhengig av kvalitetsnivå finnes det flere risikoer for at en bedrift opplever et omdømmetap. Eccles mfl. (2007) kaller dette omdømmerisiko, eller «reputation risk», og viser til tre typer risikoer.

Reputation-Reality Gap

Denne risikoen oppstår når en organisasjons omdømme er ufortjent godt, og det er stor avstand mellom omdømme og faktisk opptreden. Organisasjoner som har et sosialt ansvar for samfunnet – såkalt «corporate social responsibility» – er også ekstra sårbare for denne omdømmerisikoen (Shim & Yang, 2016). Om en organisasjon ikke lever opp til et samfunnsansvar, vil forbrukere lettere anse organisasjonen som hyklersk, og slik miste tillit til bedriften (Shim & Yang, 2016). Psykologforeningens forvaltningsansvar vil alene gi et stort samfunnsansvar. Foreningen øker også eget ansvar gjennom fremming av prinsipperklæringen for evidensbasert praksis. Siden Psykologforeningen ikke gjennomfører strukturerte evalueringer av utdannelsen, evalueringer av

deltakernes læringsutbytte, stiller krav til innhold i kursene de drifter, m.m., kan dette oppleves som et brudd med prinsipperklæringen de selv fremmer, og slik skape en omdømmerisiko.

Changing Beliefs and Expectations

Om en kultur over tid endrer sine forventninger til en bedrift, vil en bedrift som ikke endrer seg etter kulturens forventninger, stå i fare for å tape anseelse. Kort oppsummert kan denne omdømmerisikoen beskrives som «det er ikke greit nå, selv om det har gått fint tidligere». Et eksempel på at Psykologforeningen ikke følger med i tiden, er at spesialisttittelen forvaltes av foreningen alene. Selv om dette var vanlig for flere profesjoner før, er dette ikke vanlig hos andre helseprofesjoner i dag. De fleste profesjoner avsluttet faktisk denne løsningen samtidig som den industrielle revolusjonen og opprettelsen av fagforeningene. Fagforeningene sikret arbeidernes rettigheter og erstattet laugene som tidligere hadde forvaltet alle titler gjennom politisk makt og monopolmakt (Bull & Gjerde, 2019). Psykologforeningen har også laget nye krav som bryter med samtiden. Ved deltakelse på digitale kurs er et avskrudd kamera i dag det eneste kriteriet som kan føre til at deltakere ikke består (L. K. Håkonsen, personlig kommunikasjon, 9. juni 2021). Dette fremstår kanskje urimelig i seg selv, men bryter også med uttalte normer og anbefalinger andre utdanningsinstitusjoner følger (Datatilsynet, 2021).

Weak Internal Coordination

Om en del av en organisasjon lover noe som en annen del av organisasjonen ikke følger opp, skapes også en omdømmerisiko. I Psykologforeningens eget reglement skrives det at «... spesialistutdanningen skal baseres på den til enhver tid beste tilgjengelige kunnskap om god fag- og terapeututvikling». Om innholdet skal baseres på «god fag- og terapeututvikling», kan denne bare sikres gjennom å regulere hva som undervises, og hvordan dette undervises. Personlig har jeg også opplevd at foreningen avsto en søknad om godkjenning av veileder, med begrunnelse om at jeg tidligere hadde fått en annen søknad godkjent. Da jeg påpekte at reglementet ikke sier noe om hvor mange veiledere som kan bli godkjent, ble begrunnelsen omformulert i tråd med reglementet uten ny behandling i fagutvalget (Fagutvalget, personlig kommunikasjon, 17. november 2020). Dette er ikke bare dårlig koordinering, men også et brudd på god forvaltningsskikk (Ljone, 2017), som foreningen forplikter seg til (Norsk psykologforening, 2021c). Foreningen bryter også god forvaltningsskikk ved at de ikke har klagerett på bestemmelser gjort av fagutvalget (Fagutvalget, personlig kommunikasjon, 17. november 2020). Om Psykologforeningen ønsker å redusere foreningens omdømmerisikoer, anbefaler Eccles mfl. (2007) fem enkle steg. Dette vil være å 1) evaluere Psykologforeningens omdømme, 2) evaluere drift, 3) redusere avstand mellom omdømme og drift, 4) monitorere forventningene til NPF over tid og 5) gi noen ansvaret for å gjennomføre steg 1–4.

Spill for galleriet

Gjennomgangen ovenfor har vist at det er rimelig å anta at Psykologforeningens organisering øker sjansen for kvalitetsforsømmelse, unødvendig høye kostnader og redusert anseelse og tillit. Denne faren er en konsekvens av foreningens organisering og roller, og gjelder uavhengig av intensjoner og formålsforklaring.

Som snart ferdig spesialist forbinder ikke jeg spesialisttittelen med god opplæring i evidensbasert kunnskap lenger. Tittelen fremstår som et spill for galleriet, og en hemmelighet jeg må holde på på vegne av foreningen. Faren ved monopoler er en del av læremålene i grunnskolen, og konsekvensene

av å tape omdømme er også allment kjent gjennom historier som «Gutten som ropte ulv». Selv om oppsummeringen over kan virke noe omstendelig, savner jeg refleksjoner eller tiltak rundt denne selvfølgelige problematikken fra Psykologforeningens side. Jeg tror derfor at jeg ikke er alene om å miste tillit. Og om jeg er det, vil jeg ikke være det lenge.

Referanser

- Andreassen, T. W. (1994). Satisfaction, loyalty and reputation as indicators of customer orientation in the public sector. *International Journal of Public Sector Management*.
- Bull, E. & Gjerde, Å. B. (2019, 19. desember). Arbeiderbevegelsen. Store norske leksikon. <https://snl.no/arbeiderbevegelse>
- Datatilsynet. (2021, 24. februar). Kamera og digital undervisning i koronasituasjonen. Datatilsynet. <https://www.datatilsynet.no/personvern-pa-ulike-omrader/korona/kamera-og-digital-undervisning-i-koronasituasjonen/>
- Eccles, R. G., Newquist, S. C., & Schatz, R. (2007). Reputation and Its Risks. *Harvard Business Review*, 85(2), 104.
- Frøyland, R. (2018, 5. februar). Lønnspolitikk. Psykologforeningen. [https://www.psykologforeningen.no/Media/Files/Tekstfiler-loenn-og-arbeidsvilkaar/tillitsvalgtkurs/grunnkurs-for-tillitsvalgte/2019/trinn-2-hoestkurset/norsk-psykologforenings-tariffpolitikk/\(language\)/nor-NO](https://www.psykologforeningen.no/Media/Files/Tekstfiler-loenn-og-arbeidsvilkaar/tillitsvalgtkurs/grunnkurs-for-tillitsvalgte/2019/trinn-2-hoestkurset/norsk-psykologforenings-tariffpolitikk/(language)/nor-NO).
- Helsedirektoratet. (2018). Pakkeforløp. Psykiske lidelser - voksne. Helsedirektoratet. <https://www.helsedirektoratet.no/pakkeforlop/psykiske-lidelser-voksne>
- Konkurranseloven. (2004). Lov om konkurranse mellom foretak og kontroll med foretakssammenslutninger (LOV-2004 - 03 - 05 - 12). Lovdata. <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2004-03-05-12>
- Ljone, F. (2017, 18. februar). Forvaltningsrett. Jusleksikon.no. <https://jusleksikon.no/wiki/Forvaltningsrett>
- Mussa, M., & Rosen, S. (1978). Monopoly and product quality. *Journal of Economic theory*, 18(2), 301–317.
- Nielsen, G. H. K., Danielsen, E., Befring, T. E., Bækkelund, H., Duckert, M., Fossum, I. S. & Storesund, I. J. (2013). Tilbakemeldinger fra tidligere deltagere reiser spørsmål om nytteverdien av Psykologforeningens veilederutdanning. *Psykologtidsskriftet*, 50(7), 681–684.
- Norsk psykologforening. (2021a). Om psykologforeningen. <https://www.psykologforeningen.no/foreningen/om-psykologforeningen>
- Norsk psykologforening. (2021b). Andre kurstilbydere. <https://www.psykologforeningen.no/medlem/kurs-og-utdanning/block-forsideblokk-tosaker/spesialistutdanning2/spesialitetene-i-psykologi/andre-kurstilbydere>
- Norsk psykologforening. (2021c). Reglement for spesialitetene i psykologi. <https://www.psykologforeningen.no/medlem/kurs-og-utdanning/block-forsideblokk-tosaker/spesialistutdanning2/spesialitetene-i-psykologi/reglement-for-spesialitetene-i-psykologi>
- Norsk psykologforening. (2021d). Samfunns- og allmennpsykologi kvalitetsarbeid i tjenestene. <https://www.psykologforeningen.no/medlem/kurs-og-utdanning/block-forsideblokk-tosaker/spesialistutdanning2/spesialitetene-i-psykologi/paamelding-obligatoriske-kurs/kvalitetsarbeid-i-tjenestene>
- Norsk psykologforening. (2021e). Samfunns- og allmennpsykologi kvalitetsarbeid i tjenestene. <https://www.psykologforeningen.no/medlem/kurs-og-utdanning/block-forsideblokk->

tosaker/spesialistutdanningen2/spesialitetene-i-psykologi/paamelding-obligatoriske-kurs/
systemkunnskap-samhandling-veiledning-og-konsultasjon2

Sentralstyret, N. P. (2007). Prinsipperklæring om evidensbasert psykologisk praksis. <https://www.psykologforeningen.no/content/download/45426/755077/version/1/file/Prinsipperklæring%2B%2Bom%2Bevidensbasert%2Bpsykologisk%2Bpraksis%2B+%282%29.pdf>

Shim, K., & Yang, S.U. (2016). The effect of bad reputation: The occurrence of crisis, corporate social responsibility, and perceptions of hypocrisy and attitudes toward a company. *Public Relations Review*, 42(1), 68–78.

Wæraas, A., & Maor, M. (Red). (2014). *Organizational reputation in the public sector*. Routledge.