

Lite spill er litt for mye

Reidar Nævdal
psykolog

Selv om det er ubehagelig, er vi ikke bare medlemmer av Psykologforeningen, vi er også kunder. Kunder som bedriften er avhengig av.

Om jeg eller noen andre var i tvil, viser foreningens svar «Lite spill for galleriet» at de ønsker en spesialistutdannelse av høy kvalitet, og at de arbeider for å oppnå nettopp dette. Jeg venter selv på godkjenning som spesialist i samfunns- og allmennpsykologi, og ser frem til alle godene det vil gi meg. Takk til alle i foreningen som har jobbet og sikret dette for meg.

Selv om jeg og foreningen ønsker det samme, opplever jeg at min kronikk «Spesialistspill for galleriet» blir misforstått. Jeg har ikke foreslått regulering gjennom Helsedirektoratet, endring av kurs eller fremmet andre forbedringer. Istedenfor påpeker jeg at organiseringen og makten foreningen har, innebærer en fare for at foreningen ikke oppdager at kvaliteten på spesialistutdannelsen er lavere enn ønskelig. Av samme grunn er det også en fare for foreningens omdømme. Jeg ser ikke at foreningen reflekterer rundt dette.

Troverdighet

I sitt svar avviser foreningen flere av eksemplene jeg gir på omdømmerisiko. Jeg påstår for eksempel at digitale kurs ble redusert med 50 kroner dagen sammenlignet med fysiske kurs. Foreningen avviser dette, og sier at kostnadene ble redusert med 400–500 kroner, altså det tidoble av det jeg påstår. På dagens dato viser foreningens nettsider en kostnadsforskjell på nettopp dette. Da innlegget mitt ble skrevet, altså før nettsiden ble oppdatert, bekreftes imidlertid min påstand om 50 kroner dagen. Dette kan hvem som helst undersøke med verktøy som for eksempel waybackmachine.com. Denne feilen i pris er sikkert en misforståelse, og kanskje det ikke sier noe om kvaliteten på spesialistutdannelsen.

... mange psykologer (...) takker for innlegget og forteller at de selv ikke har turt å kritisere spesialistløpet før spesialisttittelen er sikret ...

Foreningen står likevel i fare for å fremstå som om de tidligere har tatt betalt mer for digitale kurs, men ikke ønsker å innrømme det offentlig. At generalsekretær og utdanningssjefen i en fagforening offentlig avviser et av sine egne medlemmers opplevelse, på tross av at denne er dokumentert og offentlig tilgjengelig, innebærer også en risiko for omdømmetap. Dette omdømmetapet er til stede selv om det hele er en misforståelse. Hvordan dette skjer, beskriver jeg i forrige innlegg under «weak internal coordination» og «reality reputation gap». Foreningens svar forholder seg imidlertid ikke til dette.

Semantisk spill

Foreningen har kanskje rett i at det er tendensiøst å benytte begrepet «monopolmakt» for å beskrive dagens organisering. Jeg tar kanskje også feil i at foreningen «forvalter» spesialisttittelen. Uavhengig av hvilke ord vi velger, har jeg de siste ukene blitt kontaktet av mange psykologer som takker for innlegget og forteller at de selv ikke har turt å kritisere spesialistløpet før spesialisttittelen er sikret.

Mine kollegaer, studiekamerater, venner og familie ga meg den samme beskjeden – «vær forsiktig». Selv om det er urimelig å forvente at spesialistutdannelsen er perfekt, tror jeg det er et problem om fagforeningens medlemmer er redd fagforeningen selv. Jeg tror også at årsaken til dette problemet er nettopp de risikoene jeg beskriver i min kronikk. For foreningen er alle disse risikoene skjulte, og det er nettopp derfor jeg valgte å skrive innlegget. Det er derfor trist at jeg også i dette innlegget kan skrive at jeg savner refleksjoner eller tiltak rundt problemstillingen.

Kundebehandling

Da jeg var student, arbeidet jeg i en fotobutikk. De siste ukene har jeg tenkt mye på opplæringen jeg fikk der. «En misfornøyd kunde er en potensielt lojal kunde.» Min sjef var ingen ordsmed, men noen dager etter en misfornøyd kunde hadde blitt møtt med ydmykhet og fått god hjelp, viste sjefen meg en kort notis i «Summetonen» i Bergensavisen. Ordlyden husker jeg ikke, men teksten berømmet kundeservicen vår og hjelpen med å håndtere vanskene kunden hadde hatt. Det kan være at opplæringen jeg fikk som 23-åring i fotobutikk, ikke er relevant for foreningen.

Samtidig – kanskje foreningen trenger mer av denne typen kompetanse. Selv om det er en ubehagelighet, er vi nemlig ikke bare medlemmer, men også kunder. Kunder som bedriften er avhengig av.