

Debatten som sporet av

Daniel Willumstad Gunstveit
Redaktør
daniel@psykologtidsskriftet.no

Det er oppløftende at flere influenserpsykologer ønsker å debattere etiske implikasjoner av fagformidling i sosiale medier. Mindre oppløftende er substansen i svarene deres.



Daniel Willumstad Gunstveit

Foto: Thomas Brun / NTB

Siden kommentaren min «Når psykologen blir influenser» (Gunstveit, 2025) ble publisert, har personene bak flere av de omtalte kontoene ønsket å debattere ulike deler av teksten (Abrahamsen, 2025; Selland, 2025; Kristiansen, 2025). Først og fremst er det oppløftende at mange ønsker en fagetisk diskusjon om temaet velkommen. Jeg undrer meg samtidig over hvorfor de involverte ikke benytter anledningen til å diskutere hvilke fagetiske tanker de har gjort seg, når temaet nå er oppe. Dette er jeg oppriktig nysgjerrig på. Isteden velger de å diskutere måten debatten reises på, hvor enkelte mener at jeg er unyansert (Abrahamsen, 2025) og generaliserende (Seland, 2025) i måten jeg omtaler influenserpsykologer på. Dette er selvsagt helt greit å mene, selv om jeg er uenig – jeg fremhever flere potensielt positive sider ved fagformidling i sosiale medier. Likevel er det riktig at jeg hovedsakelig løfter opp problematiske aspekter ved ulike fagpersoners internettaktivitet, siden en substansiell kritisk drøfting av denne aktiviteten så langt har vært så godt som fraværende. Det er også viktig å benytte anledningen til å understreke at Psykologtidsskriftet er redaksjonelt uavhengig fra Norsk Psykologforening, og at jeg ikke er representant for fagforeningen, slik Liv Selland, som står bak

Instagram-kontoen @psykologliv, later til å mene i sosiale medier. Her påstår hun for øvrig også at teksten min inneholder personangrep, uten å komme med eksempler på dette. At mange av svarene hovedsakelig fokuserer på tonen i innlegget fremfor de faktiske argumentene mine, opplever jeg som en avsporing. For å benytte anledningen til å diskutere sak heller enn retorikk ønsker jeg derfor å få diskusjonen tilbake på sporet igjen.

Gode spørsmål, ingen svar

Maria Abrahamsen, som står bak @psyktdeg, stiller en rekke gode spørsmål i innlegget sitt (Abrahamsen, 2025). Problemet er at hun ikke gjør noe forsøk på å besvare dem. Jeg er svært nysgjerrig på hvilke tanker hun har gjort seg rundt skillet mellom psykolog og privatperson på kontoen @psyktdeg, eller hvordan hun reflekterer rundt bruk av psykologtittelen i sosiale medier, samtidig som hun påtar seg kommersielle samarbeid med aktører som Talkmore og Clas Ohlson. Hun formidler i tilsvaret sitt at hun drøfter alle samarbeid med Team Tomorrow og Footprint, slik at hun «aldri gjør samarbeid som kan ha uheldige psykososiale, miljømessige eller helsemessige konsekvenser» (Abrahamsen, 2025). Det er selvsagt positivt å søke råd hos andre, men å outsource de fagetiske refleksjonene til profilbyråer som Team Tomorrow (hvor Abrahamsen for øvrig er medeier), som har som hovedmål å styrke influenseres merkevarer, høres i seg selv ut som en betenkelig fagetisk avgjørelse. Jeg er mer nysgjerrig på hvordan Abrahamsen *selv* reflekterer rundt f.eks. å promotere mobilabonnementer og matoppbevaringsløsninger i kraft av psykologrollen? Spesielt tatt i betraktning at mye av kunnskapen hun deler gjennom kanalene sine, retter seg mot ungdommer. Hva er fordelene, og eventuelt den fagetiske risikoen, ved å blande business og folkeopplysning? Jeg mener at denne typen kommersielle samarbeid, hvor hun bruker noe som ligner på psykologisk kunnskap, til å promotere varer for store bedrifter, kan bidra til å påvirke andres oppfatning av yrkesgruppen negativt, for å låne en formulering fra Ethiske prinsipper for nordiske psykologer (EPNP, Norsk psykologforening, 2022). At formidlingsarbeid i sosiale medier er vanskelig å få finansiert på andre vis, er i denne sammenhengen irrelevant, slik jeg ser det – det samme er min lønn, som Abrahamsen også tar opp i tilsvaret sitt.

Hva er fordelene, og eventuelt den fagetiske risikoen, ved å blande business og folkeopplysning?

Etterlyser tydelighet

I et debattinnlegg signert Psykologforeningens fagetiske råd (FER) oppfordres influenserpsykologene til å reflektere rundt egen praksis ved hjelp av EPNP (Fagetisk råd, 2025). Dette er en betimelig påminnelse – EPNP gjelder for alle psykologer, uavhengig av hvor vi utøver faget vårt, og som nevnt ovenfor mener jeg at enkelte av influenserpsykologene opererer i fagetiske grenseområder. Influenserpsykologene ønsker seg imidlertid selv tydeligere regler knyttet til fagutøvelse på internett (Kristiansen, 2025; Abrahamsen, 2025), og dette er viktig å ta på alvor. Jeg tolker dette som at det er stor usikkerhet rundt hvor grensene går for psykologers praksis på internett, og tenker at det er en ypperlig mulighet for Psykologforeningen til å være mer fremadrettet enn de hittil har vært på dette feltet.

Algoritmestyrte psykologi?

Avslutningsvis vil jeg løfte opp noe som flere av influenserpsykologene berører i sine tilsvare, nemlig hvordan vi skal tilpasse faget sosiale medier og algoritmene som styrer dem (Abrahamsen, 2025; Selland, 2025; Sjølie, 2025). Her hopper de bukk over et mer grunnleggende spørsmål: *Skal* vi tilpasse faget vårt sosiale medier og algoritmer? Og hvis ja, hvordan skal vi gjøre det, uten at det nettopp fører til en uthuling av psykologien og kompleksiteten som bor i fagfeltet? Problemet er at influenserpsykologene tilnærmer seg sosiale medier og algoritmer som om det skulle være noe verdinøytralt, omtrent som en mikrofon med lang rekkevidde. Men om sosiale medier er en mikrofon, er det en som fordreier lyden og samtidig kun gjengir deler av det som blir sagt. Poenget er at sosiale medier nettopp *ikke* er verdimesig nøytrale kanaler hvor man får formidle fritt – dette ser ikke ut til å bedre seg, for å si det forsiktig (se f.eks. Williams, 2025). Vi må vokte oss for ukritisk hyllest av fagformidling i sosiale medier, slik Selland (2025) langt på vei gjør i sitt innlegg. Å tilpasse psykologien til algoritmene kan bidra til å fjerne nyansene i det som formidles, slik at det faglige forelegget krymper, og i verste fall forsvinner. Unyanserte utspill finner man også i mer tradisjonelle medier, men en av forskjellene er at de her i større grad er tilgjengelige også årevis etter publisering. Dette gjør at man for eksempel lett kan ettergå Sellands påstand om at menn i 50-årene ikke blir kritisert, og se at dette slett ikke stemmer (se f.eks. Reinertsen, 2021; Try, 2021; Torgalsbøen, 2022) Jeg står derfor fast på at det er visse iboende farer forbundet med fagformidling på sosiale medier, uten at det dermed sagt er entydig negativt (dette har jeg heller aldri hevdet).

Det er positivt at influenserpsykologene er enige i at det er behov for å diskutere fagetiske problemstillinger som oppstår når faget flyttes ut på sosiale medier – derfor håper jeg også at disse vil dele mer av hva de selv har tenkt, fremfor å la de fagetiske refleksjonene være opp til Psykologforeningen eller influenserbyråer.

Les tidligere tilsvare

- Tilsvare til «Når psykologen blir influenser»
- Et skjørt skille mellom konto og person
- En etterlengtet diskusjon om fagformidling på sosiale medier
- Psykologer trengs i sosiale medier
- Sosiale medier krever god rolleforståelse og etisk bevissthet
- Å dele eller ikke dele

Referanser

- Abrahamsen, M. (2025). En etterlengtet diskusjon om fagformidling i sosiale medier. *Tidsskrift for Norsk psykologforening*. <https://www.psykologtidsskriftet.no/artikkel/2025as01ae-En%20etterlengtet%20diskusjon%20om%20fagformidling%20p%C3%A5%20sosiale%20medier>
- Fagetisk råd. (2025, 16. januar). Sosiale medier krever god rolleforståelse og etisk bevissthet. *Tidsskrift for Norsk psykologforening*. <https://www.psykologtidsskriftet.no/artikkel/2025as01ae-Sosiale%20medier%20krever%20god%20rolleforst%C3%A5else%20og%20etisk%20bevissthet>

- Gunstveit, D. (2025). Når psykologen blir influenser. *Tidsskrift for Norsk psykologforening*, 62 (1), 40–43. <https://www.psykologtidsskriftet.no/artikkel/2025as01ae-N%C3%A5r%20psykologen%20blir%20influenser>
- Kristiansen, V. (2025, 6. januar). Tilsvar til «Når psykologen blir influenser». *Tidsskrift for Norsk psykologforening*. <https://www.psykologtidsskriftet.no/artikkel/2025as01ae-Tilsvar%20til%20%C2%ABN%C3%A5r%20psykologen%20blir%20influenser%C2%BB>
- Norsk psykologforening (2022, 25. november). Etske prinsipper for nordiske psykologer. *Norsk psykologforening*. <https://www.psykologforeningen.no/fag-og-politikk/etikk/etske-prinsipper-for-nordiske-psykologer>
- Reinertsen, E. H. (2021, 12. november). Som kvinne og psykolog finner jeg Kjøs og Thuens råd provoserende. *Aftenposten*. <https://www.aftenposten.no/meninger/debatt/i/Orlqww/som-kvinne-og-psykolog-finner-jeg-kjoes-og-thuens-raad-provoserende>
- Selland, L. (2025, 10. januar). Psykologer trengs i sosiale medier. *Tidsskrift for Norsk psykologforening*. <https://www.psykologtidsskriftet.no/artikkel/2025as01ae-Psykologer%20trengs%20i%20sosiale%20medier>
- Sjølie, E. (2025, 9. januar). Et skjørt skille mellom konto og person. *Tidsskrift for Norsk psykologforening*. <https://www.psykologtidsskriftet.no/artikkel/2025as01ae-Et%20skj%C3%B8rt%20skille%20mellom%20konto%20og%20person>
- Torgalsbøen, A-K. (2022). «Jeg mot meg»: Hvor ble fagetikken av? *Tidsskrift for Norsk psykologforening*, 59 (5), 388–391. <https://www.psykologtidsskriftet.no/artikkel/2022as04ae-%C2%ABJeg-mot-meg%C2%BB--Hvor-ble-fagetikken-av->
- Try, B. J. (2021, 24. november). Menn som forklarer hva en kvinne er verdt. *Dagsavisen*. <https://www.dagsavisen.no/debatt/2021/11/24/menn-som-forklarer-hva-en-kvinne-er-verdt/>
- Williams, K. C. (2025). Veiskille for fag og kunnskap. *Tidsskrift for Norsk psykologforening*, 62 (1), 2–3. <https://www.psykologtidsskriftet.no/artikkel/2025as01ae-Veiskille%20for%20fag%20og%20kunnskap>