

## Et skjørt skille mellom konto og person

Elisabeth Sjølie

elisabethsjolie@gmail.com

Jeg ser det som ønskelig med en debatt om psykologrollen i sosiale medier, men jeg ønsker ikke å delta i den skarpe retorikken Gunstveit legger opp til.

Sjølie står bak kontoen @psykolog.i.nord



Elisabeth Sjølie

(Foto: Marius Birkeland)

Jeg ser det som svært ønskelig og på høy tid med en debatt omkring psykologrollen i sosiale medier. Å tilpasse og oversette fagfeltet vårt til en form som passer algoritmer og sosiale medier, er en utfordrende oppgave. Likevel mener jeg det er en viktig oppgave, fordi psykologer gjennom disse kanalene når ut til store deler av befolkningen.

Jeg ønsker imidlertid ikke å delta i den skarpe retorikken som Daniel Gunstveit (2025) legger opp til i kommentaren «Når psykologen blir influenser», nettopp fordi det er et skjørt skille mellom konto og person. Jeg håper at en eventuell fortsettelse av debatten føres med mer varsomhet overfor de psykologene som publiserer i sosiale medier. På den måten kan vi sammen navigere etiske så vel som andre utfordringer. Målet må være å finne kloke tilnærminger som gagnar både fagfeltet og samfunnets behov for kunnskap om psykisk helse.

**Les også:** Når psykologen blir influenser

40 (3) REDAKSJONEN KOMMENTERER

Influenserpsykologer skaper nye fagetiske dilemmaer og får meg til å stille spørsmålet: Når er en psykolog ikke lenger en psykolog?

# Når psykologen blir influenser



TEKST Daniel Willumstad Gunstveit Redaktør

S tidlig flere psykologer bruker yrkestittelen sin aktivt i sosiale medier, og blir ofte lyttet for å være modige og viktige stemmer. Fokus på fagetiske problemstillinger har imidlertid vært fremværende i møte med det jeg her vil kalle **influenserpsykologene**. Med influenserpsykologer mener jeg personer som aktivt og eksplisitt bruker psykologtittelen i sin innholdsproduksjon i sosiale medier. Her deler de psykologisk kunnskap i form av korte videomutter, uttaler seg om aktuelle saker i trykkestillett og gir generelle råd til en lojal følgerskare om hvordan man bør leve livet sitt, slik andre influensere gjør. På sitt beste kan influenserpsykologene bidra til å gjøre psykologisk kunnskap mer tilgjengelig. Der slik kunnskap tidligere har vært å finne i fagliteratur, redaktørrynte medier eller i direkte møte med psykologen, er den nå blitt allmenkjent. Vi møter den i avisene, på radio, tv og i sosiale medier – men hva skjer med psykologen når den flyttes ut av terapisrommet? I denne teksten vil jeg lede frem «stemmer høyttalere» til mangfoldige fagetiske rammerverk for ulike innrettede psykologpraksiser, som forelegger er blitt lite belyst.

**Prisbelønt formidling**  
Norsk psykologforening (NPF) har delt ut den faglige formidlingsprisen Åsa Grude Skarst-prisen til flere av influenserpsykologene. Blant dem er Vidar Kristiansen (@psykolog.pappa) og Maria Abrahamsen Østhusell (@psykdog). Sistnevnte når nest sin konto ut til 107 000 følgere, et tall som stadig stiger. I tillegg finnes det en del andre mer eller mindre vellykkede konsepter med psykologtittelen som innlegg, for eksempel @psykologi.noed, @traumepsykolog, @psykologliv, @thepsykolog og @psykolog.aken. Jeg kunne listet opp mange flere. Enkelte kontanter har funnet sin helt spesielle nisje, som @minoritetpsykolog og @bdspsykolog (noedlagt konto), som retter seg inn mot homobidriks

**MERKNAD** De konkrete kontonene som kritiseres, er blitt forelagt teksten og har fått tilbud om tilsvær.

Faksimile fra 01/2025

arbeid med minoritetserfaringer og angivelige positive effekter av bedstas og i tillegg på mental helse. Sistnevnte tilbød endatil gruppeterapi i bedstas. Listen over influenserpsykologer – eller de som spenbart forsøker å bli det – vokser stadig.  
Når jeg nå gir videre til å kritisere innholdet på konkrete Instagramkontanter, forsøker jeg å skille mellom innhold og person. Dette er en vanskelig øvelse, siden person og kontanter er tett sammankoblet i den sosiale medierommet. Influenserpsykologene viser frem egen gråt og uttrykkslyst, men også solkinnhistorier fra arbeidskolegens sin og glimt fra dagliglivet – ofte bysatt i SoMe-virkelighets dase farger og med harmonisk musikk. At influenserpsykologene viser sjarbet og «byr på seg selv», hylles ofte av følgere (og influenserkollegerne), og blir oppfattet som både modig og viktig. Intimiteten som vokser frem, gjør det innadertid vanskelig å diskutere fenomenet kritisk, uten å være redd for å si noe feil eller virke usolidt brant. Må det mitt er selvagt å unngå dette og samtidig åpne for en kritisk samtale rundt et voksende fenomen.

**Dansende psykologer og banal informasjon**  
En typisk psykologkontanter på Instagram innholder gjerne korte videoer av psykologen som fremfører budskap det er vanskelig å være uenig i, som disse sitatene hentet fra kontanter @psykolog.pappa: «Vær et godt menneske, men ikke gå på akkord med deg selv...», «Fusk at du kan være uenig uten å være urettelig...», «Du har 100 % kapasitet. Ikke mer». Andre videoer er ment å være mer humoristiske, hvor psykologen «byr på seg selv» i form av dans mens kort biter av grunnleggende psykologisk kunnskap dukker opp på skjermen. Kontanter @psykdog har lenge hatt slike dansende informasjonsvideoer som sitt varmerede. Den fikk utspill statsminister Jonas Gahr Støre med på dansen i en stvøntet stemmestøt før valget i 2021. At @psykdog når helt frem til statsministeren, sier også noe om influenserpsykologens som markedsførings virkingsmekanisme.

Formidlingsformen er både en styrke og en svakhet. På den positive siden opplever den til det menneskene oppmerksomhetspenget, som er avgrenset til noen få sekunder. Svakheten er at budskapene ofte grenser mot det innstignende. Instagramkontanter spretter leifordrydige oppføringer er typen «over deg selv», «vær mer» og «fuck skam». Hvordan oppføringer konkret bidrar til å fremme min psykiske helse, er uklart. Enheten er å ikke la seg kenne av hva omgivelsene eller andre mennesker tenker. Aabefalingene gir ut til alle og enhver, uavhengig av hvem man er og hvordan man faktisk opplever seg. Været er kost for såkalt lyttet er å skulle uttrykke sitt indre og det Svend Brattnann (2024) kaller opplevingsrealisme, altså den totale omfarnelsen av ens eget subjektive bilde på verden som en form for sannhet. For er det virkelig slik at alle skal være seg selv til alle tider? Et slikt budskap kan like gjerne oppføre til hemsyrelshet eller mangfoldige korrigeringer av egen problematiske atferd. Man er jo tross alt seg selv.

**Slår mynt på andres kunnskap**

På sett og vis er det logisk at yngre psykologer bruker Instagram og TikTok til fagformidling. Har du vokst opp med internett, blir det en naturlig formidlingsplattform. Samtidig er jeg stors fagfagler i hva som formidles, og i hvor stor grad det holder vana faglig sett. Mangelen på kildehenvisninger gjør det bortimot umulig å ettergå informasjonen og vite om den er hentet fra forskning, som forsker eller uttrykker personlige preferanser. Også psykologer har lov til å ha personlige oppfatninger av hva som er et godt liv. Problemet er at med psykologtittelen følger en faglig tregle som gjør at allmenheten lytter til det vi sier. Da holder det ikke at vi formidler det som på overflaten virker logisk eller godt – vi må faktisk ha denning for det vi påstår når vi har psykologtittelen på. Mengende kildehenvisning kan derfor føre til en utthaling av fagets kunnskapsstatus og påvirke tilliten til fagpersoner. Denne tendensen er også tydelig i andre deler av samfunnet, hvor man nå kan påstå hva som helst uten å presentere fakta som støtter det. Ekstremveksjonen er selvagt Donald Trump. Jeg mener ikke at influenserpsykologene bedriver seg på hans nivå, men trenden reiser viktige legitimitetsperspans. Vi er i en situasjon hvor yngre mottar stadig mer informasjon fra influensere enn fra etablerte medier (Lillevoll, 2022) og (nå vi tro) fagfolk. Da må vi stille krav til hva vi formidler, og på hvilket grunnlag.  
I tillegg til psykologkunnskap uten faglig fundament spretter informasjon uten riktig kildehenvisning. Der influenserpsykologens psykoekskasjon faktisk er basert på gode, etablerte studier, er det problematisk at kontanter ikke opplyser om hvor de har hentet kunnskapen. Mangden kildeopplysninger kan gi følgende inntrykk av at dette er noe influenserpsykologen selv har kommet frem til. I slike tilfeller blir influenserpsykologen mynt på andres arbeid (både publiseringsmessig og rent økonomisk) uten å kreditere arbeidet, hvilket er urettelig. Det blir heller ikke mulig å kvalifisere seg til å bli, noe som bidrar til å undergrave profesjonens strenge krav til kunnskapformidling og etterrettelighet.

**Lånt legitimitet**

Selv når influenserpsykologene behandler faglige begreper, kan det være galt av sted. En relativt stor psykologkontanter, @psykologi.noed, poster hyppig om fenomenet (og oppmerksomhetsmagsten) narcissisme. @psykologi.noed gir det hun kaller en «narsissistisk kultur» skylden for mye av det som er gått i sønnen. Vi får også vite at hun har møtt mange pasienter hvor problemet skyldes «høy narcissisme», samtidig som hun kritiserer den konvensjonelle mediefornidlingen av «narsissisme blant oss». At narsissisme er et nyttig fagbegrep, og at det kan skape problemer, er jeg ikke uenig i. Problemet er at hun bruker definisjonen narsissismebegrepet, som imidlertid er komplisert og preget av uenighet (se faks. Holm, 2024), eller nyanserer det – slik for eksempel Espen Skerstad (2024) gjør i sin bok Den feilaktige narsissisten. Sistnevnte presenterer narsissisme

41 (3)

KOMMENTAR

## Referanse

Gunstveit, D. (2025). Når psykologen blir influenser. *Tidsskrift for Norsk psykologforening*, 62(1), 40–43.