

Psykologer trengs i sosiale medier

Liv Selland

liv.selland@gmail.com

Selland står bak kontoen @psykologliv på sosiale medier

Er det lettere å kritisere en ung kvinnelig psykolog som deler kunnskap på Instagram, enn en middelaldrende mann som deltar i en TV-debatt?



Liv Selland

Foto: privat

Daniel Willumstad Gunstveit (2025) reiser i sin redaksjonelle kommentar spørsmål om psykologers tilstedeværelse på sosiale medier og de fagetiske utfordringene dette kan medføre. Dette er en viktig diskusjon, men kommentaren fremstår samtidig som ensidig og generaliserende, og retter kritikk mot en hel gruppe psykologer basert på hvilken plattform de bruker, fremfor hvordan de faktisk opptrer som fagpersoner.

Etikk uavhengig av plattform

Uetisk opptreden som psykolog kan skje i alle medier – enten det er på Instagram, i en kronikk i avisen, på en podkast eller i en TV-debatt. Det er ikke plattformen i seg selv som er avgjørende, men hvordan psykologen handler i tråd med fagetiske retningslinjer.

Psykologer må alltid være bevisste på sin rolle og sitt ansvar, enten de er en mann på 50 år som deltar i en debatt på NRK, eller en kvinne på 25 år som deler psykologisk kunnskap på Instagram. Å redusere sosiale medier til et potensielt uetisk landskap er å overse at plattformen kun er en kanal. Det er innholdet, holdningene og profesjonaliteten til psykologen som teller.

Generalisering undergraver diskusjonen

Guntveits kommentar maler med bred pensel når den omtaler «influenser-psykologer» som en homogen gruppe, og benytter begrepet på en måte som kan oppfattes som negativt ladet. Samtidig overses det at psykologer har bygget personlige merkevarer rundt sin tittel i tiår gjennom andre medier, som bøker, TV-programmer og podkaster. Er det virkelig plattformen som avgjør om synligheten er akseptabel? Hvorfor er det mer «stuerent» å delta i en TV-debatt enn å formidle kunnskap på TikTok?

Peder Kjøs, Sissel Gran og Frode Thuen har alle vært tydelige stemmer i offentligheten og løftet psykologfaget gjennom ulike kanaler. Skillet mellom fagpersonen psykologen og dennes personlige holdninger har alltid vært en utfordring, uansett medium. Det er uklart hvorfor psykologer på sosiale medier behandles som en særskilt problematisk gruppe, mens andre medier tilsynelatende går fri fra samme kritikk.

Her kan det være verdt å undre seg: Er det lettere å kritisere en ung kvinnelig psykolog som deler kunnskap på Instagram, enn en middelaldrende mann som deltar i en TV-debatt? Historisk har kvinner som tar plass i offentligheten, ofte blitt møtt med strengere kritikk enn menn. Dette kan være en relevant refleksjon i denne sammenhengen.

Faglig etterrettelighet gjelder alle

Enkelte kritikere peker på manglende kildehenvisning som en utfordring for psykologer på sosiale medier. Dette er en relevant problemstilling, men gjelder ikke utelukkende Instagram eller TikTok. Selv i tradisjonelle medier ser vi eksempler på psykologer som fremsetter sterke påstander uten å oppgi referanser eller være tydelige på egne interesser. Problemer knyttet til faglig etterrettelighet og interessekonflikter eksisterer på tvers av alle medier. Å rette denne kritikken spesifikt mot psykologer på sosiale medier fremstår som både urettferdig og snevert.

En naturlig arena

Å formidle kunnskap på sosiale medier er ikke en uthuling av faget, men en tilpasning til en verden i stadig endring. Psykologer som bruker Instagram eller TikTok, senker terskelen for å oppsøke hjelp, normaliserer samtaler om psykisk helse og gjør faglig kunnskap tilgjengelig for flere. At denne formidlingen tilpasses formatet, betyr ikke at den er mindre verdifull – snarere tvert imot.

Psykologer på sosiale medier bidrar til å holde faget vårt synlig og relevant, og de utfyller rollen som samfunnsaktører. Synlighet i media styrker psykologers posisjon som kunnskapsformidlere og forebyggere av psykiske helseproblemer. Dette løfter faget vårt snarere enn å skade det.

Jeg våger meg også å si at psykologer som er synlige på sosiale medier, kan være et viktig bidrag til folkehelsen. Det publikum ikke ser, er de daglige tilbakemeldingene slike psykologer får fra mennesker som opplever å få hjelp og støtte gjennom disse kontoene. For mange kan det være første skritt på veien mot å forstå seg selv bedre eller å søke mer spesialisert hjelp.

Vi må støtte synlighet

Diskusjonen om fagetikk i mediene er viktig og nødvendig, men den må bygge på prinsipper om likhet og rettferdighet – uavhengig av hvilket medium som brukes. Å kritisere psykologer basert på plattform fremfor innhold er en avsporing fra det som virkelig teller: om vi som fagpersoner handler i tråd med fagetiske retningslinjer og baserer våre uttalelser på empirisk grunnlag.

I stedet for å mistenkeliggjøre psykologer som våger å være synlige, bør vi applaudere innsatsen deres for å normalisere samtaler om psykisk helse og gjøre kunnskap tilgjengelig for flere. Uansett medium har vi et felles ansvar for å fremme psykologfaget og hjelpe folk der de er – og i dag er det også på sosiale medier.

Les også: Når psykologen blir influenser

40 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 yrkesrollen sin aktivt i sosiale medier, og blir ofte lyttet for å være rodlige og viktige stemmer. Folke på fagfaglige problemstillinger har imidlertid vært fremmede i møte med det jeg har 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 videoer, uttaler seg om aktuelle saker i trykkskildret 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, redaktøryrte medier eller i direkte møte med psykologen, er den nå blitt allemennet. Vi møter den i avisene, på radio, tv og i sosiale medier – men hva skjer med psykologien når den flyttes ut av trykkskildret i denne taktens vil jeg leife frem elementer knyttet til mangfoldige fagetiske rammerverk for slike internettbaserte psykologpraksiser, som foreløpig er blitt lite belyst.

Prisbelønt formidling
Norsk psykologforening (NPPF) har delt ut den faglige formidlingsprisen Åsa Grude Skard-prisen til flere av influenserpsykologene. Blant dem er Vidar Kristiansen (@psykolog.pappa) og Maria Abrahamsen Østhusell (@psykdog). Sittetværet når med sin konto ut til 1,07 000 følgere, et tall som stadig stiger. I tillegg finnes det en dussin av mer eller mindre vellykkede konsepter med psykologtittelen som innvalg, for eksempel @psykolog.Linced, @traumepsykologen, @psykologiv, @trykkskildret og @psykolog.olsen. Jeg kunne listet opp mange flere. Enkelte kontoer har funnet sin helt spesielle nisje, som @minorietspsykolog og @bispespsykologer (seidlagte konto), som retter seg inn mot homobidende.

MERKNAD De konkrete kontoene som kritiseres er blitt foreslått teleten og har fått tilbud om tilvare.

arbeid med minoritetsbefringtoner og angivelige positive effekter av bedsting og ledning på mental helse. Sitte-nerve tilbud endatil gruppeterapi i bedsting. Listen over influenserpsykologer – eller de som åpenbart foretrekker å bli det – vokser stadig.

Når jeg nå gir videre til å kritisere innholdet på konkrete Instagramkontoer, foretrekker jeg å skille mellom innhold og person. Dette er en vanskelig øvelse, siden person og konto er tett sammenkoblet i den sosiale mediemiljøet. Influenserpsykologene viser frem egen grit og uttrykkskraft, men også solkinnhistorier fra arbeidskvaliteten sin og glimtet i dagliglivet – ofte bysatt i SoMe-virkelighetens duse farger og med harmonisk musikk. At influenserpsykologene viser sårbarhet og «byr på seg selv», lytter ofte av følgene og influenserkollegene), og blir oppfattet som både modig og viltig. Intimiteten som vokser frem, gjør det imidlertid vanskelig å diskutere finansmet kritikk, uten å være redd for å alre noens følelser eller virke usødig brutalt. Målet mitt er selvstø å utngå dette og samtidig åpne for en kritisk samtale rundt et voksende fenomen.

Dansende psykologer og banal informasjon

En typisk psykologkonto på Instagram inneholder gjerne korte videoer av psykologen som fremfører budskap det er vanskelig å være usinig i, som disse sitatene hentet fra kontoen @psykolog.pappa: «Vær et godt medmenneske, men ikke gå på akkord med deg selv (...)» «Husk at du kan være usinig uten å være urevnelig». «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 korts biteer av grunnleggende psykologisk kunnskap dukker opp på skjermen. Konton @grykkylling har lenge hatt slike dansende informasjonsvideoer som sitt varnemekke. Den fikk attpåtil statsminister Jonas Gahr Støre med på dansen i en stribent stemmejakt før valget i 2021. At @grykkylling står helt frem til statsministeren, sier også noe om influenserpsykologens som maktfaktor i dagens påvirkeøkonomi.

Formidlingsformen er både en styrke og en svakhet. På den positive siden appellerer den til det menneskelige oppmerksomhetspenntet, som er ågrenset til noen få sekunder. Svakheten er at budskapene ofte grenser mot det intsigende. Instagramkontoene spre leifordrydelige oppfordringer av typen «værd deg selv», «værd mer» og «fuck skam». Hvordan oppfordringene konkret bidrar til å fremme min psykiske helse, er uklart. Enstemmen er å ikke la seg kenne av hva omgivelsene eller andre mennesker tenker. Anbefalingene gje ut til alle og enhver, uavhengig av hvem man er og hvordan man faktisk opplever seg. Væren er kort for utkittet lyttet er å skulle uttrykke sitt indre og det Svend Brinckmann (2004) kaller opplevelsesbeholdning, altså den totale omfremmen av ens eget subjektive bilkk på verden som en form for samlet. For er det virkelig slik at alle skal være seg selv til alle tider? Et slikt budskap kan like gjerne oppfordre til hensynsløshet eller mangdelige korrigering 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 store forskjeller i hva som formidles, og i hvor stor grad det holder vann faglig sett. Mangelen på kildehenvisninger gjør det bortimot umulig å ettergå informasjon og vite om det er hentet fra forskning, som fornuft 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 forplikt 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 dokning for det vi påttar når vi har psykologtittelen på. Mangelde 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 påttå å se som helst uten å presentere fakta som støtter det. Ekstremvevjonnen er selvstø Donald Trump. Jeg mener ikke at influenserpsykologene bedriver seg på hars åvik, men trenden reiser viktige legitimitetspørsmål. Vi er i en situasjon hvor yngre mottar stadig mer informasjon fra influensere enn fra etablerte medier (Lillevoll, 2022) og (nå vil tro) fagfolk. Da må vi stille lev til hva vi formidles, og på hvilket grunnlag.

I tillegg til psykologikunnskap uten faglig fundament spre informasjon uten tydelig kildehenvisning. Der influenserpsykologens psykoekasjon faktisk er basert på gode, etablerte studier, er det problematisk at kontone ikke opplyser om hvor de har hentet kunnskapen. Mangdelde kildeopplysninger kan gi følgende inntrykk av at dette er noe influenserpsykologer selv har kommet frem til. I slike tilfeller blir influenserpsykologen mynt på andres arbeid (både påvirkningsmessig og rent økonomisk) uten å kreditere arbeidet, hvilket er uretellig. Det blir heller ikke mulig å kvalifisererundere kilden, noe som bidrar til å undergrave profesjonens strenge krav til kunnskapformidling og etterrettelighet.

Lånt legitimitet

Selv når influenserpsykologene behandler faglige begreper kan det være godt av sted. En relativt ny psykologkonto, @psykolog.Linced, poster hyppig om fenomenet (og oppmerksomhetsmangsten) narcissisme. @psykolog.lined gir det hun kaller en «narsissistisk kultur» skildres for nye av det som er gått i standfide. Vi får også vite at hun har møtt mange pasienter hvor problemet skyldes «bety 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 usinig i. Problemet er at hun brukten definerer narsissismebegrepet, som innenfor fagfellet er komplisert og prøget av uenighet (se faks. Holm, 2024), eller nysnærer det – slik for eksempel Espen Skovsted (2024) gjør i sin bok *Dens følelselste narsissisme*. Sittetværet presenterer narsissisme

KOMMENTAREN

Faksimile fra 01/2025

Referanser

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>