

Når åpenhet er til skade



**PSY
KOL
OGI**

GJEMMESTED Når det som er bak fasaden, blir selve fasaden, kan det bli vanskelig å gjemme seg noe sted, skriver Hedvig Montgomery og Arne Jørgen Kjosbakken. De to psykologene er opptatt av omkostningene med å stå frem i sosiale medier. Foto: Daniel K. Schweitzer

Mange mennesker blir bedre av å dele sine vansker, akseptere dem og snakke om dem. Men betyr det at åpenhet alltid er et gode?

TEKST

Hedvig Montgomery

Arne Jørgen Kjosbakken

PUBLISERT 6. november 2017

Mange deler mye av seg selv, enten det er på Facebook, egen blogg, Instagram, Tumblr, Twitter eller andre steder, også klienter. Som fagpersoner må vi derfor være parate til å gi råd om deling er en god idé eller ikke. Svaret er ikke gitt, mange følger lett en ryggmargsrefleks som handler om å beskytte klientens privatliv. Eller vi lar oss styre av den andre sterke impulsen, og tenker at åpenhet er den beste medisin mot alt, siden vansker fort vokser når de undertrykkes eller skjules. Men både total diskresjon og total åpenhet kan være skadelig for den enkelte klient. Så hvordan skal vi komme frem til et svar? I det følgende skal vi vise noen av de refleksjonene vi har gjort oss gjennom de årene vi har jobbet med tv- og mediebransjen som psykologer og rådgivere. Åpenhet kan være både riktig og viktig, men vi har erfart at noen faktorer må være på plass for at resultatet skal bli godt. Både for den som deler, for familien og andre nære rundt personen, og for det generelle publikum.

Historien blir endret av å deles

Det som er fortalt, kan også ses på en ny måte – på godt og på vondt. Reaksjonene en historie skaper, utenfrablikket som fortellingen gir, hva som blir fortalt, og hva som blir utelatt, alt er med på å gi historien et nytt innhold. En eldre kvinne kom innom kontoret vårt for noen år siden. Hun hadde vært med i et innslag på tv. Et hyggelig innslag som viste hvordan hun hver morgen besteg en liten fjelltopp i nærområdet. Dette hadde hun gjort helt uten unntak siden hun var barn. Opptakene gikk bra, hun likte kameramannen og reporteren. Hun så frem til at reportasjen skulle vises. Etter flere måneders venting kom endelig fredagskvelden. Akkurat denne dagen skulle hun spise middag hos sin søster, og hun gledet seg til å se innslaget sammen med søsteren og hennes familie. Stor var overraskelsen da søsteren ganske lunkent påpekte at de skulle spise kake akkurat da. Og enda mer overrasket ble vår kvinne da hun ble sittende alene i tv-stuen og se innslaget, mens de andre spiste kake. Hun følte seg svært såret og avvist. Dagen etter gikk hun for første gang ikke sin lille topp-tur. Noe var ødelagt.

Kvinnen hadde ikke delt noe som var spesielt privat, men likevel noe som var viktig for henne. Hun ble heller ikke dårlig fremstilt. Likevel ga delingen henne opplevelsen av å være lite verdifull.

«Vi risikerer at de som faktisk er nærmest, ikke føler seg nærmest»

Noen ganger er det direkte skadelig å dele, som når en sterk historie ikke skaper den forventede reaksjonen. Som når man forteller om å være del av generasjon perfekt, og får høre at man er selvsentrert og sutrete. Eller man forteller om egen psykose, og opplever at ingen kaller en inn til jobbintervju lenger. Da kan vanskene forverres fordi resultatet blir mer ensomhet og isolasjon, i stedet for å vekke den aksepten som var drivkraften for å åpne seg.

Belønningsdrevet deling

Sosiale medier gjør alle til redaktører i eget liv. Mens det kun var noen få (u)heldige som fikk offentlighetens oppmerksomhet tidligere, er det i dag langt lettere å få oppmerksomhet. Men der man i tv-serier og dokumentarer har en redaktør som følger redaktørplakaten (Vær Varsom-plakaten), og dermed også har et ansvar for å ivareta og følge opp den som eksponeres, må hver og en ta vare på sin egen historie i sosiale medier, for det finnes ikke noe etablert oppfølgingsapparat. Og det er på denne selvstyrte plattformen de aller fleste historier deles i dag. Langt mer skrives på egne blogger og deles på Facebook og Instagram enn det som filtreres gjennom et produksjonsapparat.

Ikke bare *kan* vi alle dele. Vi ser at svært mange *vil* dele. Søken etter den synlige bekræftelsen på at du blir hørt og akseptert, er sterk. Antall likes og følgere er belønningen for å dele, og det er liten tvil om at det får mange til å dele mye – og

kanskje spesielt i sårbare faser i livet da behovet for aksept og bekreftelse er større enn ellers. Slik er det for ungdommer, de personene som er på full fart inn i et samlivsbrudd, de som er ensomme av så mange ulike årsaker, foreldre som strever med foreldrerollen, og så videre. Det ligger en fare i at historiene blir sterkere og sterkere fordi likes-effekten må oppfylles. For uten den daglige opplevelsen av lykke som likes gir, blir kanskje livet tungt å bære. Det er lett å bli fartsblind, og da deler man stadig mer. Kanskje for mye.

Det har også skjedd en vridning i hva som deles, i løpet av de siste årene. Lenge var det de perfekte livene som ga oppmerksomhet – den strenge dietten, den gode oppdragerstilen, de lange turene. Men på et tidspunkt begynte det perfekte å kjede publikum, og det ble skapt et rom for mer upolerte innlegg. I begynnelsen ganske så befriende, en følelse av at det er plass til noe mer; en plass til oss alle. Upolerte innlegg fremstår som mer ekte og sanne, men er ikke av den grunn nødvendigvis mindre belastende. For når det som er bak fasaden, blir selve fasaden, kan det bli vanskelig å gjemme seg noe sted – å leve et privatliv. Og glemt blir det heller ikke, selv om situasjonen skulle endre seg. Alt som blir delt, ligger fortsatt der ute.

Sosiale medier er relasjonelle i sin natur, og oppmerksomhet fra andre er en viktig drivkraft. Den klikkdrevne medievirkeligheten gjør at innlegg som formidler sterke følelser som kjærlighet, frykt, lyst og vantro, får stor oppmerksomhet i nyhetsstrømmen: Det er dette som fanger vår oppmerksomhet, og YouTube og nettaviser flommer over av videoer som treffer oss rett i tårekanalen, lattermuskelen eller gir oss hakeslepp. Leserne påvirker med andre ord avsenderen både direkte gjennom sin faktiske interaksjon med fortellingen, og indirekte gjennom ønsket om å bli underholdt og/eller informert.

Privatlivet som et sted å slappe av

Sosiologen Erving Goffmanns begreper *backstage* og *frontstage* handler om det personlige og det private. Hans bilde er godt: Vi har alle en fasade, en personlighet og et liv vi ønsker å vise frem. Denne tar vi på oss når vi går på scenen, går ut, blir filmet eller skriver noe som andre skal lese. Slik kjenner våre venner oss, slik kjenner våre kolleger oss. Og slik kan vi godt bli sett av en tilfeldig forbipasserende. «Jeg har ingenting å skjule», sier mange. Det de tenker på da, er sin frontstage. Men det finnes også en backstage, et rom som bare våre aller nærmeste kjenner, noen ganger ingen, der vi slapper av og ikke har noe filter. Det trenger ikke å være de store hemmelighetene der, kanskje bare klær og mimikk vi ikke ville vist til alle. Eller det kan være mer intime sider som seksualitet, eller væremåter som en løssluppenhet vi ikke viser frem i kontorlandskapet. Dette rommet er avgjørende for at vi skal kunne slappe av og ha det bra med oss selv.

**«Sannheten er mer relativ,
foranderlig og subjektiv enn vi
tror»**

Dersom vi viser frem vår backstage til alle, opphører den paradoksalt nok å fungere som avslapningsrom. Da blir den frontstage, og vår opplevelse av å kunne gjemme oss og bare være blir sterkt innsnevret. Alle mennesker trenger å beholde noe privat. Å «vise frem alt» er simpelthen ingen god idé.

Tre trinn før deling

Hvordan vet vi om det å dele er en god idé? Et første skritt er å forsikre oss om at noe forblir privat, slik at vi har en backstage å vende tilbake til. Det er lov å sette en grense. Deretter anbefaler vi at man sammen med klienten går gjennom disse tre trinnene:

1. Hvem vet? Og hvem skulle visst først?
2. Er det sant? Kan det finnes flere sannheter?
3. Hvor står du nå? Kan du ta imot de reaksjonene som din historie utløser?

La oss gå gjennom dette punktvis.

1) Det relasjonelle i personlig informasjon - hvem vet?

Når noe viktig og personlig deles, forteller det mye hvem som får informasjonen først, og hvem som får vite det samtidig med alle andre. Skal din beste venn flytte og glemmer å fortelle det til deg, føler du deg mindre nær som venn. Når din sønn er klar for å stå frem som homofil, er det godt å få høre det direkte av ham – ikke gjennom sosiale medier eller venners venner, lenge etter alle andre. Nære relasjoner, som foreldre–barn-relasjoner, tette vennerrelasjoner eller søskenrelasjoner, er de aller viktigste for oss mennesker. Vi har et sterkt behov for disse nærmeste, nettopp fordi de ikke er utskiftbare. Disse må derfor ivaretas når noe deles. Det betyr at det er av avgjørende betydning at disse nærmeste hører for eksempel om en oppvekst med selvskading før den publiseres for en større offentlighet. Hvis ikke risikerer vi at de som faktisk *er* nærmest, ikke *føler* seg nærmest. Det kan skape unødig avstand nettopp til dem vi ellers kunne påregnet støtte fra.

Første bud er derfor å sjekke hvem som bør få høre historien først. Paradoksalt nok kan det være vanskeligere å fortelle noe viktig til våre nærmeste enn til alle, siden «alle» er en ansiktsløs størrelse. En vei er da å øve med klienten på å fortelle historien til dem som virkelig betyr noe. Men personen kan også trene på samtalen med venner, kolleger eller andre før historien deles i offentligheten. Kan vi ikke fortelle direkte til våre nærmeste om det vi deler, kan man spørre seg om deling i et offentlig rom snarere er mer tildekkende enn forløsende. For klarer vi ikke å forvalte fortellingen i nære relasjoner, kan resultatet bli økt ensomhet. I medier er fortellinger fort gårsdagens nyheter. Slik er det ikke med våre nærmeste: Her inngår det hele i en felles fortelling.

2) Er det som fortelles «sant»?

Det er mange måter å fortelle en historie på. Noe som oppleves som helt sant i en periode, kan skifte betydning senere i livet. Det handler om hvilke perspektiv vi har, vår forståelse og vår kunnskap. Vi kan ha sterke meninger om barneoppdragelse, men de

endrer seg den dagen vi får egne barn. Sterke følelser kan påvirke vår vurdering av hva som er sant og viktig. Føler vi noe veldig sterkt, kan vi oppleve det som sant her og nå. Men når tiden går, ser vi sannheten med et litt annet blikk. Kort sagt: Sannheten er mer relativ, foranderlig og subjektiv enn vi tror.

Å stå frem med sin historie kan låse personen fast i den aktuelle forståelsen. Det blir vanskelig å utvikle seg, gå videre fra akkurat denne varianten av fortellingen, når alle har lest eller sett den. En kvinne som for over ti år siden sto frem med sine psykiske problemer, forteller oss at hun er langt bedre nå, men opplever det som et stort problem at alle enten vet, eller hun tror at de vet at hun sliter. Noen ganger tror hun at andre forventer at hun skal være syk, i andre sammenhenger kjenner hun angst når noen sier de er glad for at hun er så frisk. I begge tilfeller stenger fortellingen av for å bare være seg selv her og nå. Alle (sant eller ikke) kjenner hennes historie slik den en gang var, og mister dermed nysgjerrigheten for det som er sant akkurat nå.

Om det som formidles er usant, kan det også låse andre i en problematisk forståelse. Redaksjonelle miljøer bruker mye krefter på å sjekke historier, og kan utgjøre en beskyttelse som ikke finnes i sosiale medier. Å se nærmere på sannhet er en krevende øvelse, og det er særlig problematisk å være sin egen redaktør når en selv er emosjonelt aktivert. Samtidig som sannhet er helt avgjørende for at personen som står frem, skal leve godt med fortellingen på lengre sikt. Noen ganger havner personer i en spiral der de deler mer og mer, og til slutt ender med halvsannheter og kanskje rene usannheter. Styrken i symptomene som rapporteres, må økes for å holde interessen oppe hos leserne, nye historier fra fortiden må graves frem, og til slutt er det kanskje til og med fristende å fortelle noen ekte usannheter fordi det ikke er mer å hente i egen historie. Den som forteller mange usannheter om seg selv, blir til slutt en fremmed både for seg selv og sine omgivelser.

3) Å dele krever et fotfeste

Å dele sin historie gir andre mulighet til å kjenne seg igjen. Men det krever styrke å vise frem sine kanskje svakeste sider. Selv for den som omtaler seg som «psykisk sterk», er det verdt å spørre seg om en slik egenforståelse mest er et mantra, eller om den hviler i en godt fundert evaluering av egne styrker og sårbarheter. Hva vi tåler, handler mer om de relasjoner vi har og har hatt, og hvor meningsfylt vi opplever det som skjer i vårt liv. Delingen må skje fra et godt sted, et sted der det er rom for refleksjon og for å ta imot tilbakemeldingen som kan komme. Når tilbakemeldingene kommer, har vi den reelle nærheten til andre som kan hjelpe også hvis det går galt? Jo tommere det er rundt en person, jo mer fristende kan det være å fylle tomrommet med den oppmerksomhet som delingen gir. Men når oppmerksomheten går over, blir det tommere enn noen gang – og selv den minste kritikk kan være vanskelig å takle alene. Deling er et overskuddsfenomen som fungerer dårlig som nødhjelp.

En mann som hadde vært utsatt for et voldsomt press etter en feil han gjorde på jobben, valgte å si opp. Det var stor medieoppmerksomhet rundt saken. Da han kom til oss, sto han uten støtte hos arbeidsgiver og uten inntekt. Han viste tydelige tegn på depresjon

og stress. Han ønsket å gå ut i pressen for å få ut sin del av historien, det han opplevde som sin sannhet. Vi rådet ham til å vente, slik at hans sterke krisereaksjoner skulle få ebbe ut og han kunne få rom til å fortelle denne historien til sine nærmeste først. I ettertid var det lett også for ham å se at han ville ha skadet seg selv ved å gå ut i media så raskt. For selv om dette behovet var ut fra et ønske om å forsvare seg, ville et slikt forsvar sannsynligvis ført til at krisen trakk ytterligere ut. I tillegg så han situasjonen på en annen måte noen måneder senere, og den akutte reaksjonen ble ikke den versjonen han i ettertid delte med andre.

Deling har alltid en pris

Deling i seg selv er verken rett eller galt, positivt eller negativt. Derimot har deling alltid en pris, og om den er verdt det, avhenger av hva den enkelte får tilbake. Samtaler om dette kommer de fleste terapeuter til å stå i stadig oftere etter hvert som flere høster erfaringer med å dele. I tv-programmene som lages, er det som regel et team som er i arbeid for å gjøre disse vurderingene. Programmer som Luksusfellen, Jeg mot meg og Stemmene i hodet legger betydelig innsats i å sikre at både samfunnsaspektet og ansvaret for den enkelte deltager blir ivaretatt. Det er ikke alltid det blir riktig likevel, for vurderingen kan være feil, eller noe kan endre seg. Men det finnes i slike redaksjonelle miljøer ressurser til å hjelpe den som trenger det videre dersom utfallet blir feil. Men alle medier stiller ikke i samme klasse, og selvmedierte medier er mest risikofylt. Psykologer som gode rådgivere kan da bli helt avgjørende for klientene. Vi trenger å bruke vår profesjonsetikk, men også å ha blikket på presseetikken. Det er mye refleksjon i Pressens Faglige Utvalg som kan være verdt å se på også for oss psykologer. All åpenhet er ikke av det gode, men nærhet og ærlige diskusjoner med en klok hjelper er alltid et gode. Våre klienters valg knyttet til hva de deler, påvirker deres liv gjennom deres relasjoner, og slik påvirker det også det de søker hjelp for hos oss psykologer.

Teksten sto på trykk første gang i Tidsskrift for Norsk psykologforening, Vol 55, nummer 11, 2017, side 1072-1075

TEKST

Hedvig Montgomery

KONTAKT: hedvig@montgomery.no

Arne Jørgen Kjosbakken, psykologer ved Montgomery AS