

En etterlengtet diskusjon om fagformidling på sosiale medier



Maria Abrahamsen
mariaabrahamsen@live.no

Abrahamsen står bak kontoen @psyktdeg på sosiale medier.

Dersom redaktør Gunstveit er opptatt av å skape en faglig diskusjon, burde han kanskje ha gitt leserne sine et mer representativt bilde av profilene han drar frem som «tilfeldig utvalgte eksempler»?



Maria Abrahamsen

Foto: Kristoffer Myhre

Jeg vil starte med å takke redaktør Daniel Gunstveit (2025) for å sette dilemmaene rundt influenserpsykologer på dagsordenen. Allerede da jeg opprettet @psyktdeg i pandemien i 2020 ba jeg Psykologforeningen om fagetiske råd og retningslinjer. Jeg delte åpent hvordan jeg selv forsøkte å løse det, med ønske om veiledning fra dem. Så kritikk, diskusjon og tilbakemeldinger er etterlengtet.

Ikke representativt

Men dersom redaktør Gunstveit er opptatt av å skape en faglig diskusjon, burde han kanskje ha gitt leserne sine et mer representativt bilde av profilene han drar frem som «tilfeldig utvalgte eksempler»? Og kanskje også belyst hvordan psykoedukasjon i sosiale medier kan bidra positivt på folkehelsenivå, for å virke mer nyansert? Tekstene Gunstveit har hentet fra @psyktdeg er tatt ut av kontekst, og kan således enkelt misforstås, i tillegg til at han feilaktig refererer til tekster og aktiviteter han påstår at jeg bedriver, og snakker i neste setning om viktigheten av god kildehenvisning.

I forskningen til Martin Engebretsen (2024) gjøres en mer kompleks og nyansert analyse av profilen @psyktdeg og andre helseprofiler på sosiale medier, hvor kommunikasjonsformens fordeler i samtidskulturen trekkes frem.



Samarbeid vurderes grundig

Det stemmer at jeg fremmer flere veldedige organisasjoner. Og at jeg har fremsnakket vår lokale fødeavdeling som trues med nedleggelse. Men dette uten at disse verken har bedt meg om det eller betalt meg for det, som Gunstveit antyder. De samarbeidene jeg har takket ja til, som selvfølgelig er merket med «annonse», har vært etter grundig vurdering og rådgivning fra Team Tomorrow og Footprint, da jeg aldri gjør samarbeid som kan ha uheldige psykososiale-, miljømessige- eller helsemessige konsekvenser. Men her kunne jeg også tenke meg veiledning og klare retningslinjer fra Psykologforeningen.

Jeg er interessert i at mine kollegaer og jeg skal kunne fortsette å drive med psykoedukasjon og tilgjengeliggjøring av helsefremmede kunnskap til folk flest. Men i motsetning til redaktørens lønn, som dekkes av fagforeningskontingenten jeg selv er med på å betale, så er det vanskelig å få finansiert formidlingsarbeid på sosiale medier.

Et ansvarstungt privilegium

Jeg er enig med Gunstveit i at diskusjonen bør løftes til et høyere nivå. Hvordan kan vi støtte psykologene som når ut til bredden av befolkningen, blant villedende helseråd fra ufaglærte influensere? Hvordan kan vi lage gode retningslinjer for hvordan psykologer på sosiale medier bør opptre, samtidig som målet er å jobbe ut ifra plattformenes premisser og algoritmer? For kildehenvisning kan være en utfordring både i kortfilmer, podkaster, radio- og TV-intervjuer, så vel som i terapirommet med pasienten. Og hvordan skal man skille mellom når man er psykolog, samfunnsdebattant og en som deler personlige meninger og erfaringer i media generelt?

Jeg tror at psykologer som viser seg i media som hele mennesker både kan bidra til normalisering av vanskelige tanker og følelser, og samtidig gjenspeile psykologer som en ikke-homogen gruppe. Å ha en samfunnsposisjon som offentlig formidler medfører et ansvarstungt privilegium som jeg ønsker å forvalte vel, og til det beste for dem jeg når ut til.

Og jeg har stor tro på at Psykologforeningen kan hjelpe meg, mine kollegaer og kommende kollegaer med dette.

Les også: Når psykologen blir influenser

REDAKSJONEN KOMMENTERER

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

Når psykologen blir influenser



Illustrasjon: Michael B. Jensen

Siden den digitale revolusjonen har tatt inn over seg, og sosiale medier har blitt en del av vår hverdag, har psykologer blitt mer synlige enn noen gang. Dette har både fordeler og ufordreler. På den ene siden kan det hjelpe folk som trenger hjelp, og på den andre siden kan det føre til en forvrengt forståelse av psykologi og psykologer. Når en psykolog blir influenser, oppstår det nye fagetske dilemmaer. Når er en psykolog ikke lenger en psykolog?

Publisert i samarbeid med Tidsskrift for Norsk psykologforening (TNP) som del av den digitale kunnskapstjenesten. Les mer om våre tjenester på www.tidsskriftet.no. Tidsskriftet er et medlemstidsskrift for medlemmer i Norsk psykologforening. Tidsskriftet er utgitt av Norsk psykologforening, Postboks 44, 0403 Oslo, Norge. Ansvarlig utgiver: Norsk psykologforening. ISSN 0959-9236. Tidsskriftet er et medlemstidsskrift for medlemmer i Norsk psykologforening. Tidsskriftet er utgitt av Norsk psykologforening, Postboks 44, 0403 Oslo, Norge. Ansvarlig utgiver: Norsk psykologforening. ISSN 0959-9236.

Etter et samarbeid med Tidsskrift for Norsk psykologforening (TNP) som del av den digitale kunnskapstjenesten. Les mer om våre tjenester på www.tidsskriftet.no. Tidsskriftet er et medlemstidsskrift for medlemmer i Norsk psykologforening. Tidsskriftet er utgitt av Norsk psykologforening, Postboks 44, 0403 Oslo, Norge. Ansvarlig utgiver: Norsk psykologforening. ISSN 0959-9236.

Faksimile fra 01/2025



Referanser

Engebretsen, M. (2024). På YouTube og Instagram i folkehelsas tjeneste. En studie av tre helsearbeidere på sosiale medier. *Norsk medietidsskrift*, 30(4), 1–19. <https://doi.org/10.18261/nmt.30.4.2>

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>