

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 generalisende, 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 avisene, på en podcast 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 samfunnssaktører. 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 mistenkliggjøre 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

 REDAKSJONEN KOMMENTERER

Når psykologen blir influenser

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-Nar-psykologen-blir-influenser>

Publisert: 10.01.2025, Tidsskrift for Norsk psykologforening. Publisert under åpen tilgang med CC BY 4.0-lisensen.