

Tilsvar til «Når psykologen blir influenser»

Vidar Kristiansen

vidar-r-kristiansen@hotmail.com

Jeg ønsker debatten rundt mer tydelige fagetiske retningslinjer velkommen.

Kristiansen står bak kontoen @psykolog.pappa på sosiale medier.



Vidar Kristiansen (Bilde: Ina Vistung Knutsen)

Først av alt er det gledelig å se at Daniel Gunstveit (2025) tydeligvis har fattet interesse for innholdet på @psykolog.pappa i kommentaren «Når psykologen blir influenser».

Jeg har ved flere anledninger, blant annet i Engebretsen (2024) sin artikkel «På YouTube og Instagram i folkehelsas tjeneste – En studie av tre helsearbeidere på sosiale medier», selv etterlyst tydeligere retningslinjer fra helsemyndigheter eller andre relevante aktører hva gjelder psykologer som ytrer seg i sosiale medier. Helseformidling på sosiale medier er et relativt nytt fenomen, det er kommet for å bli, og jeg ønsker debatten rundt mer tydelige fagetiske retningslinjer velkommen.

Med det sagt tenker jeg at de utvalgte sitatene fra @psykolog.pappa er lite representative for kontoens innhold, ei heller representative for den psykologfaglige formidlingen jeg har bedrevet. Selvfølgelig kan enkeltsitater se intetsigende ut uten kontekst for øvrig.

For ordens skyld ønsker jeg også å anføre at jeg gjennomgående har takket nei til alt av betalte samarbeid og reklame.

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 morsomme 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 videouttøtt, uttaler seg om aktuelle saker i trykksbildet 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 i fagliteratur, redaktørens 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 terapisammenheng? I denne teksten vil jeg lede frem «stemmer knyttet til mangfoldige fagetiske rammer» for ulike innrettede psykologpraksiser, som foreløpig 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 nesten 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 @psykolog.noord, @traumepsykolog, @psykologiv, @thepsykolog og @psykolog.aken. Jeg kunne listet opp mange flere. Enkelte kontanter har funnet sin helt spesielle nisje, som @minoritetspsykolog og @bdspsykolog (nedlagt konto), som retter seg inn mot homobidriks

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

Faksimile fra 01/2025

arbeid med minoritetsberøring 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 forsker i bi det – vokser stadig.
Når jeg nå gir videre til å kritisere innholdet på konkrete Instagramkontanter, forsker jeg å skille mellom innhold og person. Dette er en vanskelig øvelse, siden person og kontanter er tett sammenslått i den sosiale mediemiljøet. Influenserpsykologene viser frem egen gråt og utleirekklighet, men også solkinnhistorier fra arbeidskollagen sin og glimt fra dagliglivet – ofte bysatt i SoMe-virkelighets dase farger og med harmonisk musikk. At influenserpsykologene viser sjarberhet og «byr på seg selv», hilles ofte av følgene (og influenserkollagene), og blir oppfattet som både modig og viktig. Intimiteten som vokser frem, gjør det imidlertid vanskelig å diskutere fenomenet kritisk, uten å være redd for å si noe som feil eller virke usolidt brant. Målet mitt er selvstø å unngå dette og samtidig åpne for en kritisk samtale rundt et voksende fenomen.

Dansende psykologer og banal informasjon
En typisk psykologkontanter på Instagram inneholder 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 varmerøke. Den fikk utspill statsminister Jonas Gahr Støre med på dansen i en stvønt stemmestøkt før valget i 2021. At @psykdog nå hilt frem til statsministeren, sier også noe om influenserpsykologens som marktføret i dagens påvirkeøkonomi.

Formidlingsformen er både en styrke og en svakhet. På den positive siden appellerer den til det menneskelige oppmerksomhetspenget, som er begrenset til noen få sekunder. Svakheten er at budskapene ofte grenser mot det innvisgende. Instagramkontanter spre leiførførlige oppførlingsne i typen «over deg selv», «være mere og «fuck skam». Hvordan oppførlingsne konkret bidrar til å fjerne min psykiske helse, er uklart. Essensen er å ikke la seg kenne av hva omgivelsene eller andre mennesker tenker. Anbefalingene gir ut til alle og enhver, uavhengig av hvem man er og hvordan man faktisk opplever seg. Været er kort fra såkalt lyttet er å skulle uttrykke sitt indre og det Svend Bratlamann (2024) kaller oppførlingsne, altså den totale omfatningen av ens eget subjektive bilde på verden som en form for sanhet. For er det virkelig slik at alle skal være seg selv til alle tider? Et slikt budskap kan like gjerne oppføre til hemsyreløshet eller manglende korrigering av egen problematiske atferd. Man er jo tross alt seg selv.

Slikt 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 stvøre 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 tvang 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. Manglende kildehenvisning kan derfor føre til en utthaling av fagets kunnskapsstatus og påvirke tilliten til fagpersoner. Demos tendens er også tydelig i andre deler av samfunnet, hvor man nå kan påstå hva som helst uten å presentere fakta som støtter det. Ekstremvevøen er selvstø Donald Trump. Jeg mener ikke at influenserpsykologene bedriver seg på hans nivå, men trenden reiser viktige legitimitetsperspø. 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 krav til hva vi formidler, og på hvilket grunnlag.
I tillegg til psykologkunnskap uten faglig fundament spre informasjon uten riktig kildehenvisning. Der influenserpsykologens psykoekasjon 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 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 urettelig. Det blir heller ikke mulig å kvalifiserare kilde, noe som bidrar til en usikre profesjonsstrøe krav til kunnskapformidling og etterrettelhet.

Lånt legitimitet
Selv når influenserpsykologene behandler faglige begreper, kan det være galt av sted. En relativt stor psykologkontanter @psykologi.noord, poster beripp om fenomenet (og oppmerksomhetsmagneten) narcissisme. @psykologi.noord gir det hun kaller en «narsissistisk kultur» skildres for nye av det som er gått i samfunnet. Vi får også vite at hun har møtt mange pasienter hvor problemet skyldes «høy narcissisme», samtidig som hun kritiserer den konvensjonelle mediefomidlingen av «narsissisten blint ons». At narsissisten er et nyttig fagbegrep, og at det kan skape problemer, er jeg ikke uenig i. Problemet er at hun bruker definerer narsissismebegrepet, som imidlertid er fulgt av et komplisert og prøget av uenighet (se faks. Holm, 2024), eller nyanserer det – slik for eksempel Espen Skerstad (2024) gjør i sin bok *Den fjerdevalige narsissisten*. Sistnevnte presenterer narsissisme

KOMMENTAR

Referanser

Engbretsen, 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.