

Gjennomtenkte kommersielle samarbeid



Maria Abrahamsen
mariaabrahamsen@live.no

Abrahamsen står bak kontoen @psyktdeg i sosiale medier.

Å stille spørsmål til dem som kan gi svar, er ikke en avsporing.



Maria Abrahamsen

Foto: Kristoffer Myhre

Det er forståelig at Gunstveit som redaktør ønsker å skape engasjement med sine innlegg i Psykologtidsskriftet (Gunstveit, 2025a, 2025b). Gunstveit (2025b) er særlig opptatt av to av samarbeidene jeg har gjort. Med Talkmore og med Clas Ohlson. Hvor jeg i samarbeid med Talkmore satte lys på ensomhet, og med Clas Ohlson illustrerte miljøfremmende tiltak. Etter samråd med mine rådgivere i Team Tomorrow var dette positive formål som kunne gi et lite bidrag til å drifte plattformen min. En plattform som hovedsakelig består av gratis psykologisk kunnskap kledd i humor og poesi, men også av mine egne hverdagslige betraktninger, hvor jeg etter beste evne poengterer når noe er evidensbasert, og når noe er mine personlige meninger om livet, politikk og hverdagslige fenomener.

Et tillitvekkende engasjement

Gunstveit (2025b) skriver også at det er etisk betenkelig at jeg selv er medeier av profilbyrået Team Tomorrow. Noe jeg setter pris på at blir tematisert i denne sammenheng, ettersom tekstene hans kan gi et inntrykk av tankeløshet blant influensere.

Jeg var tidligere profil i et av Norges største profilbyrå. Men da jeg savnet etiske standarder og retningslinjer i bransjen, gikk jeg sammen med Nikolai K. Mathisen, Hanne-Lene Dahlgren og Ingrid Bergtun og startet et profilbyrå med tydelige standarder, hvor alle profiler i selskapet inviteres inn på eiersiden. Team Tomorrow har som mål å påvirke både influensere og deres publikum til å ta gode valg mot det grønne skiftet. Våre profiler fremmer kun produkter, merkevarer og livsstilstiltak som bidrar til at vi når 1,5-gradersmålet og god helse i befolkningen.

Standardene våre er utviklet i samarbeid med Footprint, Grønnvaskingsplakaten og Fremtiden i våre hender. Det gjøres grundig bakgrunnssjekk av selskapene før potensielle samarbeid med våre profiler, og det avslås årlig store summer fra selskaper som ikke følger de etiske standardene. Det har ført til at stadig flere selskaper har tatt grep og snudd seg rundt for å tenke mer grønt og helsefremmende.

Om et slikt engasjement fra en psykolog kan bidra til å påvirke andres oppfatning av yrkesgruppen negativt, som Gunstveit bekymrer seg for (2025b) da han låner formuleringen fra Etiske prinsipper for nordiske psykologer (EPNP, Norsk psykologforening, 2022), håper jeg ikke. Tvert imot håper jeg det er et tillitvekkende engasjement.

Privat, kommersiell og synlig

Som Gunstveit (2025a, 2025b) sier, har jeg brukt psykologtittelen min i gjennomtenkte kommersielle samarbeid, men aldri uten evidensgrunnlag for mine uttalelser. Gunstveit spør videre hva som er fordelene, og eventuelt den fagetiske risikoen, ved å blande business og folkeopplysning? Dette er blant viktige spørsmål som jeg mener man daglig bør reflektere over i alt man gjør som selvstendig næringsdrivende helsepersonell. Gunstveit har kanskje selv gjort seg opp noen meninger om det, ettersom Psykologvirke, hvor han selv har egen kveldspraksis, også bruker sosiale medier til å formidle fag (@psykologvirke), samtidig som de prøver å skaffe klienter.

Overskrifter som «9 tegn på at du bør gå i parterapi» kan du finne i et innlegg uten kildehenvisning på deres profil, med oppfordring om å booke time hos dem. Jeg har forståelse for måten markedsføringen gjøres på, og tenker at det er vanskelig å drive privat uten å være kommersiell og synlig.

Prinsipper å forholde seg til

Vi kan nok forsvare hver post, hver uttalelse og gå hverandre i sømmene til det kjedsommelige her i Psykologtidsskriftet. For diskusjonen er viktig. Men jeg tror at årsaken til at debatten mangler substansen Gunstveit savner (2025b), er fordi svarene på de store spørsmålene må komme fra Fagetisk råd, og ikke enkeltpsykologer alene. Jeg satte derfor stor pris på innlegget deres, «Sosiale medier krever god rolleforståelse og etisk bevissthet» (Fagetisk råd, 2025), hvor de besvarer disse og blant annet skriver at «dersom man ser etisk refleksjon som det viktigste virkemiddelet for etisk praksis, står vi på ingen måte på etisk bar bakke i sosiale medier»

Innlegget deres gir substansen og tydeligheten jeg selv har savnet, og fungerer som en god rettesnor med prinsipper vi kan forholde oss til og praktisere ut ifra. Det er jeg takknemlig for.

Referanser

- Fagetisk råd. (2025, 16. januar). Sosiale medier krever god rolleforståelse og etisk bevissthet. *Tidsskrift for Norsk psykologforening*. <https://www.psykologtidsskriftet.no/artikkel/2025as01ae-Sosiale%20medier%20krever%20god%20rolleforst%C3%A5else%20og%20etisk%20bevissthet>
- Gunstveit, D. W. (2025a). Når psykologen blir influenser. *Tidsskrift for Norsk psykologforening*, 62(1), 40–43. <https://www.psykologtidsskriftet.no/artikkel/2025as01ae-N%C3%A5r%20psykologen%20blir%20influenser>
- Gunstveit, D. W. (2025b, 23.januar) Debatten som sporet av. *Tidsskrift for Norsk psykologforening*. <https://www.psykologtidsskriftet.no/artikkel/2025as01ae-Debatten-som-spolet-av>

Norsk psykologforening. (2022, 25. november). Etiske prinsipper for nordiske psykologer. *Norsk psykologforening*. <https://www.psykologforeningen.no/fag-og-politikk/etikk/etiske-prinsipper-for-nordiske-psykologer>

