

Folkehelseopplysning, markedskrefter og profitt



Rune Sømme
grovas@online.no

Ingen oppgitte interessekonflikter.

Mentalhelsemarkedet er blitt en milliardindustri. Formidlingskonteksten krever kontinuerlig fagetisk refleksjon over egen praksis.



Rune Sømme

Foto: privat

I Psykologtidsskriftets januarutgave retter redaktør Daniel Gunstveit (2025a, 2025b) et kritisk søkelys på fagetiske aspekter ved en gruppe folkehelsepubliserende psykologer som han omtaler som influenserpsykologer. Et hovedpoeng hos Gunstveit er at mentalhelsemarkedet på sosiale medier er uregulert. Dermed blir det opp til den enkelte psykolog å gjøre etiske refleksjoner av innholdet og kvaliteten på det de publiserer. Debatten er etter mitt syn viktig fordi opplysningsarbeidet psykologene driver, skjer i en formidlingskontekst som i stor grad er styrt av markedskrefter, produktutvikling og profitt.

Mange fagetiske spørsmål

Fagetiske dilemmaer og konflikter i praktisk psykologarbeid kan klargjøres og konfronteres formalnormativt gjennom fagetiske retningslinjer, intuisjon, skjønn og taus kunnskap, eller gjennom eksplisitt kollegial drøfting. Flere av eksemplene Gunstveit trekker frem, inviterer til fagetisk refleksjon, og jeg kan legge til ytterligere spørsmål. Hvordan håndteres nøytralitet og overførings- og motoverføringsreaksjoner som idealisering i terapiforholdet, dersom den folkehelsepubliserende psykologen også jobber som behandler? Er noen publikasjonsplattformer pedagogisk og fagetisk sett mer utfordrende enn andre? Og finnes brukerpanel som på sine premisser evaluerer verdien og innholdet av ulike sjangerformer?

Flere folkehelsepubliserende psykologer arbeider i redaktørstyrte medier. De praktiserer da i henhold til Vær Varsom-plakaten (2024), noe som kanskje kan bidra til veiledende og klargjørende kunnskap om fagets føringer i folkehelseopplysningsarbeid.



Formidling på sosiale medier

Bruk av informasjonsteknologi er et av de fremste vekstområder i det sosiologen Richard Sennett kaller den nye kapitalismen (Henningsen & Underthun, 2023). Denne kapitalismen legger ideologisk og pragmatisk vekt på verdier som fleksibilitet, effektivitet, tempo, individualisme og tilgang på og bruk av nye teknologier. Jeg tror erkjennelsen av at psykologer har salgbare produkter i det markedet som disse verdiene og denne teknologien skaper, er viktig. Markedsføring, markedsrett, konkurranse, profitt og utprøving av nye kommunikasjonsformer skaper en dynamikk som berører nærmest alle psykologer som praktiserer i det voksende mentalhelsemarkedet. De beveger seg mellom ulike sjangere og plattformer på sosiale medier og i andre publikasjonskanaler. Og veien til informasjon om deres og kollegers respektive privatpraksiser er ofte bare noen tastetrykk unna.

Folkehelseopplysning bærer i seg selv et etisk, altruistisk imperativ. Den skal være hjelpende, ikke-dømmende, forebyggende og rådgivende. Den bør være forenklet, men samtidig kunnskapsbasert opplysende. Den inngår i en lang humanistisk, demokratisk, kontraelitistisk, kommunikativ tradisjon (Repål, 2005).

Som arbeidsform er folkehelseopplysning om mental helse essensielt forskjellig fra den tradisjonelle individsentrerte, dialogiske «snakke-med»-psykologien. Den er en monologisk, distansert og kollektivsentrert «snakke-til»-psykologi. Den yrkesbaserte referansen til at budbæreren formidler en kunnskapsbasert diskurs, er integrert i en profesjonsmakt som blir en viktig del av markedsføringen.

Konkurranse og grenseoverskridende produktutvikling

Monologen kommuniserer og nedfelles i en kompleks sosiokulturell kontekst som den ikke kan reversere.

Sosiologen Pierre Bourdieu kaller denne konteksten for habitus (Wilken, 2008). Habitus er den komplekse sosiokulturen vi blir delaktig i, sosialiseres i og vokser inn i. Gjennom delaktighet på mange ulike arenaer og gjennom sosial klassetilhørighet påvirker jeg og påvirkes jeg bevisst og ubevisst av ulike sosiokulturelle læringsformer. Slik internaliserer jeg erfaringer, opplevelser, ferdigheter, relasjoner, mestring og meningsdannelse.

Gjennom denne sosialiseringen formes habitus som en matrise som ifølge Bourdieu gjør meg disponert for og i stand til å forstå og handle i gitte situasjoner og sosiale sammenhenger. Habitus reflekterer min historie og mitt narrativ, og mine aktuelle livsvilkår. Hvilken verdi og veiledende betydning skal forståelsen og analysen av dette habitus ha i den folkehelseopplysende psykologiens formidling? Hvordan er fagetikkens og folkehelseopplysningens vilkår når de er så tett forbundet med og underlagt et mentalhelsemarked hvor konkurranse og grenseoverskridende produktutvikling er et legitimerende mål i seg selv?

Ekkokammer og profitt



Selvhjelpspsykologien har nå en sentral plass i et marked hvor det dominerende paradigmet er selvrealisering og selvforbedring med forskjellige destillerte budskapsvarianter om selvregulering, selvkontroll, ferdighetstrening og stressmestring. Risikoen i et slikt fragmentert kunnskapsparadigme er at det oppstår et ekkokammer, underlagt et selvforsterkende marked regulert av profitt og konkurranse.

Folkehelseopplysende psykologisk praksis forvandles og nedfelles i habitus som en form for markedsstyrt, ensrettet pseudoprofesjonell, elitistisk paternalisme. Slik paternalisme bryter med folkehelseopplysningens demokratiske og altruistiske kunnskapsformidlingsideal.

Psykologer som arbeider med folkehelseopplysende psykologi i mentalhelsemarkedet i dag, praktiserer innenfor det som er blitt en milliardindustri. I denne dynamiske og komplekse formidlingskonteksten må det være viktig å være fortløpende på sporet av en fagetisk refleksjon over egen praksis.

Referanser

- Gunstveit, D. W. (2025a). Når psykologen blir influenser. Tidsskrift for Norsk psykologforening, 62(1), 40–43. <https://www.psykologtidsskriftet.no/artikkel/2025as01ae-Nar-psykologen-blir-influenser>
- Gunstveit, D. W. (2025b). Debatten som sporet av. Tidsskrift for Norsk psykologforening, 62(2), 110–111. <https://www.psykologtidsskriftet.no/artikkel/2025as01ae-Debatten-som-sporer-av>
- Henningsen, E. & Underthun, A. (2023). Richard Sennett – arbeid og den nye kapitalismen. Cappelen Damm Akademisk.
- Repål, A. (2005). Kognitiv terapi og selvhjelpslitteratur. Tidsskrift for kognitiv atferdsterapi, 6(3). <https://tidsskrift.kognitiv.no/kognitiv-terapi-og-selvhjelpslitteratur/>
- Vær Varsom-plakaten (2024). Ethiske normer for pressen. Pressens Faglige Utvalg. <https://presse.no/pfu/etiske-regler/vaer-varsom-plakaten/>
- Wilken, L. (2008). Pierre Bourdieu. Tapir Akademisk Forlag.