

Sosiale medier og yrkesetikk

Denne gangen er innlegget fra Yrkesetisk råd først og fremst rettet mot de av NLLs medlemmer som bruker sosiale medier aktivt, og for de som vegrer seg og er i tvil om hvorvidt de skal ta skrittet fullt ut og bli medlemmer eller la det være – det virker jo som 'alle' er medlem av ett eller annet nettsamfunn. Går jeg glipp av noe? Er jeg skeptisk og gammeldags? Har jeg tid til å forholde meg til enda et elektronisk medium?

Sosiale medier er en samlebetegnelse for en rekke kommunikasjonsplattformer med forskjellige bruksområder. Sosiale medier skiller seg fra mer tradisjonelle avsenderkontrollerte medier, ved å være mer uformelle og brukerstyrte. Brukerne skaper selv innholdet. Som yrkesutøvere av logopedi og som privatpersoner kan vi derfor oppleve digitale dilemmaer og vår yrkesetikk kan bli utfordret. Vår etiske bevissthet må sitte i ryggraden når vi deltar i ulike sosiale medier. Vi skal selvsagt ikke legge ut noe om våre klienter. Men hva vil vi at våre klienter skal vite om oss?

Som logopeder jobber vi med personer som på en eller annen måte sliter. Hva gjør det med terapeut-klientrelasjonen hvis vi fremstår som bare vellykkede? Vil klienten føle seg mislykket i møte med oss? Hvilken oppfatning av våre empatiske evner vil klienten sitte igjen med?

Slike refleksjoner kan være nyttige å ha tenkt igjennom før vi trykker 'godta' når vi får en venneforespørsel fra en klient. Kanskje skal jeg ignorere invitasjonen, for hvem er egentlig våre 'venner' på nettet? Og har jeg egentlig kontroll over hvem som kan se det jeg legger ut eller kommenterer?

Facebook er det mest kjente og brukte nettsamfunnet, med over 2,5 millioner medlemmer bare her i Norge! Det er primært brukt til formidling av sosial karakter, men mange offentlige og private virksomheter har tatt

mediet i bruk og funnet nye måter å kommunisere med målgruppene sine på. Stadig flere politikere har tatt i bruk sosiale medier og det sies at Barack Obama ble USAs president gjennom sin valgkamp via sosiale medier som Facebook og Twitter. Vår egen statsminister er også en ivrig bruker av sosiale medier. De bruker de sosiale mediene veldig bevisst.

Sosiale medier er ment å nå ut til mange. Det skal være mulig å endre innstillinger i for eksempel Facebook for at kun et begrenset definert antall personer kan se det vi skriver. Slike innstillinger er imidlertid forholdsvis kompliserte, slik at det i realiteten ikke er så lett å skjermes tilgangen. Ofte tar vi oss ikke bryet med å lære oss dette. Og vi tenker ofte ikke over det når vi sitter der alene foran datamaskinen, at informasjonen vi sender går verden rundt på noen få nano-sekunder.

Vi flytter våre grenser raskere enn vi tenker over. Hvem av oss var ikke skeptiske til å handle varer på nettet for bare noen få år siden? Mens de fleste av oss nå handler varer og tjenester på nettet uten å tenke over det mer. Har vi først begynt, ser vi oss ikke tilbake. Det blir en vane.

Slik også med sosiale medier som Facebook o.a. – disse underlige mediene, som er en mellomting mellom muntlighet og skriftlighet, mellom det private og det offentlige. Der dine private aktiviteter blir beskrevet og kommentert. Der du i prinsippet kan formidle hva du vil om hvem som helst og der du deltar i faglige og ikke-faglige diskusjoner, hvor ansiktsuttrykk, kroppsspråk og fysisk tilstedeværelse er fraværende.

Vi er en yrkesgruppe med kunnskap om menneskelig kommunikasjon og dets mange hindringer. Hva vil skje med de menneskelige relasjonene når sosiale medier tar over? Det kan være interessant og nødvendig å følge denne utviklingen.

Som private brukere av nettsamfunnet bør vi forholde oss nøytrale på delikate områder. Vi bør tenke oss godt om hvem vi aksepterer venneforespørsler fra, spesielt fra klienter dersom formålet med det nettsamfunnet du deltar i utelukkende er av sosial karakter og du er en aktiv deltaker som gjerne vil fortelle vennene dine hva du opplever i livet ditt.

Enkelte offentlige virksomheter har utarbeidet retningslinjer for nettbruk og sosiale medier. Undersøk om din arbeidsplass har slike retningslinjer. Til tross for retningslinjer er det til syvende og sist din egen dømmekraft som er den viktigste.

Til tross for disse 'advarslene' som nevnt ovenfor, så oppfordres du til å delta i sosiale medier. Det gir en unik mulighet til å få vist oss frem og mulighet til å få verdifulle kontakter. Men tenk deg om hva du vil oppnå ved

en slik deltagelse. Tenk nøye over hva du legger ut av skriftlig og billedmessig innhold, hva du kommenterer på og hva du 'liker'.

Kanskje treffes vi på Facebook, Twitter, LinkedIn eller Skillpages i nærmeste fremtid!



Trine Lise Dahl
trinelised@gmail.com