

På sosiale medier er vi alle forfattere av vår egen selvbiografi



Av Hilde Berit Moen førsteamanuensis i sosialt arbeid ved Nord universitet Beate Rossvoll Eidissen, masterstudent i samfunnsvitenskap ved Nord universitet.

Publisert: 21. september 2017, kl. 10:24

MENINGER Måten vi bruker sosiale medier på beskrives ofte som at vi «faker» våre liv og presenterer en «perfekt fasade». Men bruken av sosiale medier er mer enn det. Det handler om intet mindre enn å forfatte sitt eget liv. Over halve Norge er på Snap/Instagram. 3,8 millioner har Facebook-profil.

Forskningen har vært særlig opptatt av «generasjon Y» (født ca. 1981-94). De beskrives som «digitale innfødte»; de vokste opp med og har brukt computeren til å håndtere mange sider ved livet, særlig det å kommunisere. Blant Generasjon Y bruker tilnærmet alle Facebook. Videre er 75 prosent av 30-49-åringer og halvparten av 50-64-åringer på «face». Mens vi ser en utflating i bruken blant disse aldersgruppene, så øker andelen brukere over 65 betydelig.

Vi er altså «alle» på sosiale medier. Hvorfor? Artikkelen «Understanding Generation Y and their use of social media» fra 2013 viser at behovet for å «snakke» med bekjente, venner og familie, er hovedårsaken til bruken av sosiale media. Videre slås det fast at sosiale media ellers brukes for å skaffe seg informasjon, de brukes som underholdning, og for å «være sammen med» andre og oppleve et slags fellesskap.

Mer kjent er fremstillingen av sosiale media som en arena for å presentere en flott, manipulert og «fake» fasade. I en reportasje i VG peker flere fagpersoner på at «glansbildene der ofte er både unyanserte og urealistiske». Mange kan mene at dette uttrykker overflatiske samfunnsverdier. Psykolog Frode Thuen er bekymret for hvordan det å fremstå som vellykket på sosiale medier nærmest har blitt en kollektiv konkurranse, hvor å holde fasaden ved like og iscenesette seg selv blir viktigere enn alt annet.

Men dette er bare en del av forklaringen. For et viktig samfunnsmessig moment utelates. Den britiske sosiologen Anthony Giddens beskriver dagens samfunn som «post-tradisjonelt». Post betyr etter; altså et samfunn etter tradisjonen. Tradisjoner tas ikke lenger for gitt. Vi gjør ikke lenger ting bare fordi det er sånn det alltid har vært. Vi har gått fra å være tradisjonsstyrt til å bli smarte mennesker, hevder Giddens.

Våre valg er nå basert på overveielser; vurderinger. Tradisjonene som styrte tidligere måter å gjøre ting på problematiseres, kritiseres og forkastes. Byrden ved denne frisettingen fra tradisjonen er at vi ikke har annet valg enn å velge. Vi er dømt til å velge, forklarer Ulrich Bech, en annen sosiolog som er opptatt av hvordan dagens samfunn påvirker oss og vår identitet.

I det «post-tradisjonelle» må vi nemlig også skape vår egen identitet. Vi arver ikke lenger identiteten fra slektskap, kjønn og sosial status. Tradisjonen har mistet sin betydning. Det betyr at hvem vi er, må vi selv svare på. Også selvidentiteten er altså blitt et refleksivt prosjekt; et resultat av gjennomtenkte valg. Vi er hva vi gjør oss selv til. Hvordan skaper vi så oss selv; vår egen identitet? Jo, forklarer Giddens, vi gjør det ved å fortelle og holde fast på en fortelling om oss selv. Denne fortellingen handler om hvor vi kommer fra og hvor vi er på vei, og må hele tiden skrives om i lys av ny informasjon og nye hendelser.

Våre identitetsvalg settes så sammen til en livsstil. Også denne er vi tvunget til å velge. Livsstilen inneholder et bestemt sett av praksiser; det vi gjør. Det er våre planer for fremtiden som styrer valg av livsstil. Det moralske kravet til valg av livsstil er at den må gjenspeile hvem vi er; den må være autentisk. Livsstilen presenterer vi i sosiale media. Her forteller vi – i ord og bilder – fortellingen om oss selv som for eksempel «naturelsker», «den familievennlige», «akademiker», eller som «fitnessutøver».

Også kroppen trekkes inn i dannelsen av vår selvidentitet og underlegges ulike kroppsregimer; den settes på diett, opereres, trenes, formes, styles – og fortelles om «online». Tilsynelatende overflatiske presentasjoner av seg selv blir med dette til reflekterte valg av livsstil.

Det er en altfor enkel slutning at det vi viser av oss selv på sosiale media er en falsk fasade. Det er heller rimelig å tenke at vi bare gjør vårt beste for å konstruere vår egen identitet og fortelle, mest til oss selv men også til andre, hvem vi er. For nå er vi alle forfattere av vår egen selvbiografi.

Kronikken er del av Forskningsdagene 2017, fra 20. 9 til 1.10. Årets tema er «Verdier».