

Det personliga varumärket och ofrihetens ekonomi

april 30th, 2011 av Martin Berg - [Ekonomi](#), [Nya medier](#) - [Redigera](#)

Det hävdas ofta att sociala medier för med sig en frihet att kommunicera men frågan är om vi inte har att göra med en typ av ofrihet. I stort sett dagligen ägnar jag en stund åt att läsa bloggar som förklarar hur man ska gå tillväga för att bli framgångsrik med hjälp av sociala medier. Dagligen fylls mitt twitterflöde av tips på texter där allt från de "tio bästa sätten att bli sedd genom sociala medier" till "hur du inte ska agera för att bygga ditt personliga varumärke" avhandlas i texter av varierande kvalitet och skärpa. Gemensamt för alla dessa texter är ett antagande att kommunikation inte bara är av godo utan också att den är nödvändig för att överhuvudtaget nå en meningsfull existens.

Kanske är detta en lätt raljerande beskrivning men faktum är att en förhållandevis stor betydelse tillmäts individer och deras självpresentation. Det verkar närmast vara fallet att kommunikation inte bara har en grundläggande social funktion utan att den dessutom fungerar som en grundbult i dagens senkapitalistiska ekonomi. Vi har att göra med en situation där gränserna mellan privat och offentlig kommunikation kollapsar och skapar möjligheter för individer att, oberoende av professionell tillhörighet eller expertis, göra sin röst hörd. Inte sällan understryks det att det är på grund av de sociala teknologiernas utveckling som det nu är möjligt att notera en nedgång i betydelsen av traditionella auktoriteter. Uttryckt annorlunda så förutsätts det att förändrade möjligheter att kommunicera för med sig en förskjutning av makt och auktoritet. Frågan är om användandet av dessa teknologier bör betraktas som symptom på eller orsak bakom detta tillstånd?

Även om utgångspunkten i ovan nämnda bloggar ofta tas i teknologin som sådan (och att den historiska medvetenheten tycks börja med MySpace) så är det viktigt att notera att vi har att göra med långt mer genomgripande omvandlingsprocesser. Nedgången i traditionella auktoriteter började inte med sociala medier utan är snarare något som har pågått under lång tid. Det är också en fråga som har fått flertalet sociologer att resonera kring vad det betyder att individen i allt högre grad får klara sig på egen hand. En vanlig ståndpunkt är att vårt tidevarv karakteriseras av att det mänskliga livet i allt högre grad präglas av en "reflexivitet" som en följd av en allt mer tilltagande individualisering. Sociologer som Ulrich Bech och Anthony Giddens har resonerat kring dessa förändringar och kan konstatera att vi har blivit mindre bundna av traditionella strukturella begränsningar men att vi istället har kommit att samtala om och reflektera över våra jag i högre grad. En central tanke för dessa båda sociologer är att våra mänskliga "jag" är någonting vi tvingas reflektera över, förändra och till och med forma. Med tanke på att vi inte kan förlita oss på traditionella auktoriteter och inlemmas i deras "berättelse" om livet så får vi skapa det på egen hand. För att återvända till de framgångsrecept som tidigare omtalades så kan vi konstatera att vi numera inte bara är ålagda att underhålla våra jag genom självutforskning och utvecklingen av sociala relationer. Vi tycks dessutom vara tvingade att låta våra jag bli kommersiellt gångbara i en ekonomi som i rask takt utvecklas mot att bygga på kommunikation och åter kommunikation.

Vi uppmanas att bygga våra personliga varumärken genom att dela med oss av våra vardagshandlingar på Facebook och genom att fylla såväl twitterflöden som bloggar med alster som ger en god bild av oss själva. Genom självpresentation och kommunikation ska vi arbeta för uppbyggnaden av vårt [personliga varumärke](#). Genom sociala medier tvingas vi ge en bild av oss själva som passar inte bara ett, utan flera (och ibland okända) sammanhang med tanke på den breda läsar- eller åhörarskara som lurar bakom hörnet. Vi kastar ut information om oss själva men vet aldrig vem eller vilka som agerar mottagare, hur informationen tas emot eller på vad sätt detta kommer att återverka på oss.

Parallellt härmed hävdas det paradoxalt nog att vi nu har friheten att utvecklas till vilka vi helst vill så länge vi kommunicerar på ett sätt som får andra att lyssna. Är det frihet vi ser ett tecken på eller är det framväxten av en ny typ av kontrollmekanismer? Om nu fallet är att vi har fått en bättre förmåga att skapa oss själva så bör vi fråga om denna nyvunna frihet har kommit att ersättas av en annan typ av kontroll? En annan typ av auktoritet som tycks vara långt mycket slugare än vad vi tidigare hade att göra med.