

Det digitale JEGET

TEKST OLE JACOB MADSEN

Hvordan former livet
på sociale medier
identiteten vår?

Om bidragsyteren	
<p>OLE JACOB MADSEN er professor i kultur- og samfunnspsykologi ved Universitetet i Oslo. Han har skrevet flere bøker, senest <i>Generasjon prestasjon. Hva er det som feiler oss?</i> (2018).</p>	
<p>HVORFOR ER DU (IKKE) PÅ FACEBOOK?</p> 	<p>Jeg ble med først i 2014, som erklært skeptiker. Jeg erfarte at andre brukere ga meg essensiell informasjon som jeg ikke ellers hadde tilgang til. I min naivitet trodde jeg at jeg kunne bruke mediet minimalt. Nå anvender jeg det mest som en kanal for forskningsformidling og dårlig skjult selv-promotering – et forhold jeg drømmer om å bryte ut av, men det har jeg ennå ikke maktet.</p>

FOTO UNIVERSITETSFORLAGET

William James' klassiske verk *The Principles of Psychology*, utgitt i 1890 – for øvrig samme år som Samtiden kom ut for første gang – gir han en overraskende moderne utlegning av selvet.¹ James slår umiddelbart fast at skillet mellom hva vi kaller «meg» og «mitt», er vanskelig å trekke. Vi føler og handler med ulike ting som tilhører oss, akkurat slik vi føler og handler med oss selv. Vårt omdømme, våre barn eller vårt arbeid kan være like kjære for oss som kroppene våre. Og kroppen i seg selv, tilhører den oss, eller er den oss? undrer James seg. I enkelte tilfeller blir dessuten kroppen avvist av eieren som et fengsel som man en dag lengter etter å unnslippe. James konkluderer med at selvet er en fluktuerende størrelse, der et objekt noen ganger kan betraktes som en del av meg, andre ganger som mitt, og andre ganger igjen som noe som ikke har noe med meg å gjøre. Og derfor, mener han, må et menneskes *selv*

defineres vidt, som totaliteten av alt hen kan kalle sitt; ikke bare kroppen og psyken, men også klær, ektefelle, barn, slektninger, venner, arbeid og renommé, gård og grunn.²

«MY LITTLE PRECIOUS»

James ser videre ut til å legge avgjørende vekt på hvilke følelser ulike materialiteter vekker i oss, og det er neppe særlig dristig å anta at hadde han levd i dag, ville han inkludert mobilen, Macen og Facebook-, Instagram-, Snapchat- eller Twitter-kontoen vår som en integrert del av det sosiale selvet vårt. Under-søkelser blant ungdommer i dag viser for øvrig at mange heller ville ha brukket armen fremfor å få knust mobilen.³ Mennesker som er såpass gamle at de fortsatt husker «livet før maskinene tok over» – det vil si før internett ble allment tilgjengelig rundt 1995 – ler gjerne instinktivt eller rister på hodet når de hører dette. Men med James' romsligere selv

i mente kan motviljen mot å miste smart-telefonen blant unge tas til inntekt for at denne eiendelen nettopp oppleves som mer fundamental for hvem man er, enn ens øvre ekstremiteter.

I 1988 lanserte markedsføringspsykologen Russell Belk begrepet «det utvidede selvet». Belk står på skuldrene til James. Også han understreker hvordan eiendelene våre må betraktes som en del av selvet. «*We are what we have*» er Belks materialistiske oppdatering av James til det massekonsumerende forbrukersamfunnet.⁴ Blant annet skriver han hvordan bilen de foregående tiårene er blitt en essensiell del av det utvidede selvet for mange unge amerikanere. Han påpeker at det ikke er uvanlig å modifisere bilen etter ens personlige behov og stelle ekstra godt med den, som en slags videreføring av kroppen. Å anvende forbruksvarer eller «brands» for å uttrykke hvem man er, blir nå en gjengs forbruksvane. Senere er brukergrensen nippet i den fremvoksende virtuelle teknologien blitt inkorporert i konsumentidentiteten. Det samme er måten vi presenterer oss selv overfor andre på i de nye digitale plattformene: en forlengelse av oss selv, bedre kjent som «det utvidede digitale selvet».⁵

PERSONLIGE PRONOMEN

På begynnelsen av 2000-tallet var tidsånden preget av optimisme på vegne av det nye digitale selvet. Teknologiske nyvinninger skulle ikke bare hjelpe deg med å administrere livet ditt, men med å oppdatere ditt gamle jeg. Navnene på flere av de nye nettjenestene appellerte således direkte til den virtuelle intimiteten de tilbød sine brukere. I 2001 ble multimedieavspilleren *iTunes* lansert av Apple. Det sosiale nettsamfunnet *MySpace* kom på markedet i 2003, mens videodelingsstedet *YouTube* så dagens lys i 2005. Som en kulminasjon av denne forsynlige selvutvidelsen kåret nyhetsmagasinet *Time* «You» til årets person i 2006. Den minneverdige magasinforsiden viste en blank PC-skjerm med innskriften «You.» med den forsikrende underteksten «*Yes, you. You control the Information Age. Welcome to your world*». På bladomslaget kunne man se sitt eget speilbilde i en monitor, for liksom å understreke den underliggende visjonen om at

fra nå av hadde alle tilgang til all informasjon, fri til ikke bare å kunne manøvrere i den nye vidunderlige verden, men til syvende og sist å skape den.

FRIHET, FORBRØDRING OG FORBEDRING – OG POLARISERING

Som med innføringen av de fleste nye teknologier har innretninger som smarttelefonen og sosiale medier, både sine svorne tilhengere og sine motstandere. Ikke overraskende er det bransjen selv, anført av globale teknologiskaper som Facebook, Google, Amazon, Apple og Microsoft, som tydeligst gjør krav på å gjøre verden til et bedre sted. Spesielt Microsoft må sies å ha utmerket seg med stadig nye innovative slagord som skal kommunisere den håpefulle ideologien i den digitale tidsalder. I 1994 var mottoet deres: «Where do you want to go today?» I 2010 ble det oppdatert til «Be what's next», og i 2019 lyder visjonen: «To empower every person and every organization on the planet to achieve more». Selskapets deviser gir en taktfast oppsummering av den globale deg-selv-i-sentrum-visjonen, der frihet, forbrødring og forbedring er kjerneverdiene.

Parallelt med dette har det vokst frem en bekymring for at den samlede effekten av livet på skjermen verken er bra for oss som samfunn eller enkeltindivid. Hva angår samfunnsendringene, handler bekymringene gjerne om effekten sosiale medier har på demokrati, ytringsklima og sannheten («fake news»), kanskje særlig aksentuert av Donald Trumps usannsynlige triumf i det amerikanske presidentvalget i 2016. Når det gjelder de individuelle endringene, finnes det en utbredt psykologisk uro for at antall timer tilbrakt foran skjermen øker sjansen for å føle seg mislykket, deprimert og suicidal. En hyppig sitert studie fremhever hvordan tendensen til å sammenlikne seg med andre på plattformer som Facebook og Instagram, etterlater et inntrykk av at *alle* andres liv er mer innholdsrikt og vellykket enn ens eget.⁶ «*Have Smartphones Destroyed a Generation?*» het en tekst av psykologen Jean Twenge i *The Atlantic* i forfjor, basert på boken hennes *iGen*, der hun hevder at det er en sammenheng mellom på den ene siden unges skjermtid og på den andre siden økninger i depresjon



og antall selvmord blant særlig unge tenåringsjenter i USA.⁷ Problemet med et slikt påstått årsak/virkning-forhold er imidlertid at skjermbruk aldri eksisterer i et vakuum. Årsaken til at ungdom som bruker mer tid på andre aktiviteter (hobbyer, familie og venner, lese bøker, med mer), har det bedre enn dem som sitter mye foran en skjerm, kan simpelthen være at de hadde det bedre i utgangspunktet. Det er heller ikke mulig å påvise et tilsvarende sammenfall i Norge mellom skjermbruk og selvmordstall, selv om norsk ungdom antakelig ikke står noe tilbake for sine amerikanske jevnaldrende når det gjelder bruk av smarttelefon. Metastudier av tilgjengelig forskning på skjermtid og unges psykiske helse konkluderer dessuten med at alminnelig skjermbruk fint lar seg forene med god livskvalitet, mens derimot ingen bruk og overdreven bruk er forbundet med forverret psykisk helse.⁸ Igjen må vi utvide bildet for å kunne si noe presist. Gruppen uten skjermtilgang er trolig utestengt fra denne verden av sosioøkonomiske grunner, mens overforbrukerne mer sannsynlig flykter inn i en virtuell verden på grunn av mobbing, ensomhet og vansker i samvær med andre. I likhet med hjernen er heller ikke «det digitale selvet» alene når det kommer til stykket.

DET VI IKKE FORSTÅR

Mens de store vyene for den digitale tidsalder fortsetter, parallelt med motreaksjoner i form av teknopessimisme, kan det virke som forståelsen av hvordan vår nye identitet formes, ikke helt har holdt tritt med den rivende teknologiske utviklingen. Antakelig er betingelsene for å være menneske i ferd med å endre seg

hinsides godt eller ondt. Hvis vi igjen tar utgangspunkt i James' relasjonelle modell fra slutten av 1800-tallet, er det interessant at han fremhever hvordan andres oppmerksomhet er avgjørende for selvfølelsen vår: «*No more fiendish punishment could be devised, were such a thing physically possible, than that one should be turned loose in society and remain absolutely unnoticed by all the members thereof.*»⁹ I dag kan oppmerksomhet fra andre måles i antall venner, følgere og «likes» online, og er naturligvis blitt viktig for mange. Samtidig kan man undre seg om oppmerksomheten fra andre også er blitt en belastning og dens fravær paradoksalt noe mange lengter etter. Å logge av for godt er imidlertid de færreste forunt. Vårt digitale selv er blitt noe vi ikke så lett unnslipper, ettersom tilstedeværelse på sosiale medieplattformer gjerne kreves av oss i rollen som arbeidstaker, forelder eller venn. Derfor er digital avkobling spådd å bli en ny klassedistinksjon ettersom den fordrer et overskudd forbeholdt de få.

William James påpekte også hvordan vi har like mange sosiale selv som det finnes distinkte personer vi bryr oss om, og som vi viser ulike sider av oss til.¹⁰ Dersom en person vi bryr oss om dør, dør også en del av vårt sosiale selv, mente han. Med fremveksten av sosiale nettverksplattformer som Facebook og Instagram, øker antall personer vi kjenner dramatisk. En konsekvens kan paradoksalt nok være at antall sosiale selv, der vi gitt omgivelsene kan være forskjellige utgaver av oss selv, innskrenkes dramatisk. I stedet for at den andre definerer oss gjennom fysiske møter, kommer vi allerede ferdig digitalt utformet med bilde, biografi og livshistorikk. Selv om det er teknisk mulig å administrere en rekke ulike profiler på eksempelvis Facebook – der man inndeler nettverket sitt etter hvem som er familie, venner og kolleger, og kun viser skreddersydde oppdateringer til utvalgte grupper – er det de færreste som gjør dette. Normalen er snarere en universell profil, der både svigermor og Samtiden-redaktøren ser de samme oppdateringene og fritt kan kommentere dem. Slik mister skillet mellom det private og det offentlige sin mening. Det digitale selvet blir derfor et mer ensrettet selv med færre rollebytter, et mer sementert jeg.

Det digitale selvet eksisterer gjerne forut for vår fødsel, og det overlever vår fysiske død.

Dermed risikerer livet foran skjermen å tilby en form for digital simulert autentisitet, et 24/7-speilbilde av deg selv, som paradoksalt vil kunne oppleves mindre sosialt innholdsrikt, og desto mer innsnevret, tomt og trettende.

SELVETS TRETTETHET

Ser man på sosialteori fra perioden rundt millenniumskiftet, er det merkbart hvordan trøtthet fremheves som en senmoderne sosial patologi, ikke helt ulikt 1890-tallets «trætte mænd».¹¹ I 2001 ga sosiologene Karin Widerberg og Ulla-Britt Lilleaas ut boken *Trøtthetens tid*, der de dokumenterer en økt arbeids- og livsintensitet i Norge.¹² Omorganisering og effektivisering er blitt en norm i det moderne arbeidslivet. Å ha for mye å gjøre både på og utenfor jobben er blitt mer normalt, og med det fører slitenhet, kroppslige plager og søvnvansker. Også i andre vestlige land er en liknende utvikling beskrevet. I sin bok *The Weariness of the Self* (2010) vektlegger den franske sosiologen Alain Ehrenberg dessuten endringer i selve individualiteten: «The depressed individual is unable to measure up; he is tired of having to become himself.»¹³ Ehrenberg beskriver hvordan samtidskulturens invitasjon til «å bli seg selv» springer ut av avviklingen av det gamle klassebaserte samfunnet i Frankrike, der det sosialt mobile individet må erobre sin personlige identitet og jobbe for å øke sin sosiale status. Stadig flere trette, deprimerte individer vitner om den utmattende byrden de må bære, illusjonen om at alt er mulig. Man kan spørre seg om ikke kravet om frigjørende selvrealisering rett og slett er blitt en ny type tvang. I sin bok *Træthedssamfundet* (2010) hevder den sørkoreanske filosofen Byung-Chul Han at Michel Foucaults disiplinærsamfunn, der syke- og sinnssykehus, fengsler, kaserner og fabrikker utgjorde de viktigste institusjonene, for lengst avløst av vår tids prestasjonssamfunn med

sine fitnessentre, kontorlandskap, flyplasser, kjøpesentre og genlaboratorier.¹⁴ Menneskene her er ikke lenger å betrakte som lydighetssubjekter, men som prestasjonssubjekter. De ytre herredømmeinstansene som tvang dem til å arbeide er forsvunnet, men fører likevel ikke til mer frihet. Kapitalistens utbytting av arbeideren erstattes med arbeiderens utbytting av seg selv, som mer effektivt lar seg forene med en følelse av frihet. Prestasjonssubjektet blir sin egen arbeidsgiver og arbeider derfor hele tiden med seg selv, både i arbeidstiden og på fritiden. Resultatet blir en ny form for utmattende myk tvang, der man ikke har noen andre å skylde på enn seg selv, fordi man har ønsket å ha det slik. Og det digitale selvet distribueres begjærlig på vegger av egenreklame og selvbekreftelse som de færreste av oss vil være foruten. Her later særlig Han til å ha i tankene moderne kunnskapsarbeidere og kreative yrker, der man investerer sjelen sin i arbeidet. Og den spredte oppmerksomheten som særpreger livet foran skjermen, både reproduserer og forsterker dette, mener Han, mens den dype oppmerksomheten som er nødvendig for å tenke kreativt og kritisk, forvittrer.¹⁵

I forlengelsen av dette er det betimelig å spørre hvordan «You»-visjonen og fremveksten av det digitale selvet relaterer seg til selvets tretthet. Er det potensielt frigjørende digitale rommet blitt et interaktivt fengsel? James fremhevet som nevnt, hvordan kroppen i hans egen levetid kunne virke som et fengsel som enkelte lengtet etter å bli satt fri fra. I dag ser det digitale selvet ut til å ha samme funksjon, men det er desto vanskeligere å unnslippe det. Det digitale selvet eksisterer gjerne forut for vår fødsel, og det overlever vår fysiske død. Ifølge en studie kan om lag en tredjedel av amerikanske barn sies å ha digital fødsel før den fysiske fødselen, siden foreldrene poster ultralydbilder online.¹⁶ Og tilsvarende

fortsetter Facebook-profilen til døde personer gjerne å eksistere selv lenge etter deres fysiske død. «You» lever videre enten du vil det eller ikke.

DEN DIGITALE JAKTEN PÅ DEG SELV

Fire år etter at Time kåret «You» til årets person, tilfalt den samme æren Facebooks skaper, Mark Zuckerberg. En viss ensretting av livet på nettet hadde allerede begynt å gjøre seg gjeldende. Den optimistiske forestillingen om enkeltmennesket i førerretet for sitt eget liv, med datamaskinen som forløsende portal, kan likevel være sann noen ganger. Det hender at teknologien bringer mennesker dit de bare hadde drømt om. Bloggere fra perifere pikeværelser i Harstad eller Førde kan ende opp som rikskjendiser i Oslo med eget TV-program. Den digitale teknologien gir noen ganger håp til de håpløse og en stemme til de stemmeløse, som under den arabiske våren eller med #metoo. Men som regel ikke. Ved utgangen av 2010-tallet spørs det om det ikke er den trettende administrasjonen av en selv på et dusin digitale plattformer, der anerkjennelse fra andre kanaliseres og kvantifiseres, som dominerer hverdagen til folk flest. Det digitale selv ser ikke bare ut til å utvide James' sosiale selv, men også å innsnevre det. Skillelinjene mellom det private og det offentlige utviskes, og du selv må definere hvem du er. Den enkelte blir mer avhengig av seg selv, og mange brukere fortaper seg i simulert selvsoeking og autenticitetsjakt som i lengden føles både trettende og tom. Slik er det ikke bare oppmerksomhetsspennet vårt som endres, men selve identiteten vår. ■

-
- 1 William James (1890). *The Principles of Psychology* (kap. 10) (online): <https://psychclassics.yorku.ca/James/Principles/prin10.htm>.
 - 2 Ibid.
 - 3 Adam Antler (2017). *Irresistible: The rise of addictive technology and the business of keeping us hooked*. London: Penguin.
 - 4 Russell W. Belk (1988). «Possessions and the extended self». *Journal of Consumer Research* 15(2), 139-168, s. 160.
 - 5 Russell W. Belk (2016). «Extended self and the digital world». *Current Opinion in Psychology* 10, 50-54.
 - 6 Mai-Ly N. Steers, Robert E. Wickham & Linda K. Acitelli (2014). «Seeing everyone else's highlight reels: How Facebook usage is linked to depressive symptoms». *Journal of Social and Clinical Psychology* 33(8), 701-731.
 - 7 Jean M. Twenge: «Have smartphones destroyed a generation?» i *The Atlantic* (online, 2017): <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2017/09/has-the-smartphone-destroyed-a-generation/534198/> og *iGen. Why today's super-connected kids are growing up less rebellious, more tolerant, less happy – and completely unprepared for adulthood – and what that means for the rest of us*. New York: Atria Books (2017).
 - 8 Daniel Kardefelt-Winther (2017). *How does the time children spend using digital technology impact their mental well-being, social relationships and physical activity? An evidence-focused literature review*. Unicef (online): www.unicef-irc.org/publications/pdf/Children-digital-technology-wellbeing.pdf.
 - 9 William James (1890). *The Principles of Psychology* (kap. 10) (online): <https://psychclassics.yorku.ca/James/Principles/prin10.htm>, s. 293.
 - 10 Ibid.
 - 11 Arne Garborg (1891). *Trætte mænd*. Kristiania: H. Aschehoug.
 - 12 Karin Widerberg & Ulla-Britt Lilleaas (2001). *Trøtthetens tid*. Oslo: Pax.
 - 13 Alain Ehrenberg (2010). *The Weariness of the Self. Diagnosing the History of Depression in the Contemporary Age*. Quebec: McGill-Queen's University Press.
 - 14 Byung-Chul Han (2010). *Trætheds-samfundet*. Horsens: Møller Forlag.
 - 15 Ibid.
 - 16 Business Wire (2010). «Digital birth: Welcome to the Online World». *Business Wire* (online): <https://www.businesswire.com/news/home/20101006006722/en/Digital-Birth-Online-World>.