

Köpkemi

Dopamin heter en signalsubstans i hjärnan som ger oss lustkänslor när vi får något gott. En kaka, en drink, ett sms, ett mord i en deckare eller en åktur i en snabb snygg bil. Det finns inte många milliliter dopamin i en människokropp, ändå kan dopamin sägas vara drivmedlet för hela konsumtionssamhället.

Vi kan ta exemplet Facebook. Ja, egentligen är det lite fantastiskt att vi faktiskt kan ta exemplet Facebook. Att problematisera Facebook har hittills ansetts närmast nordkoreanskt. Facebook är gratis, det står alltså över konsumismen, har det hetat. Och så är det socialt, hela dess existens syftar ju till att underlätta vänskap och få oss att hålla ihop.

Men nu vet vi plötsligt lite bättre. I samband med att Facebook börsintroduceras i USA har strålkastarljuset riktats mot vilken kommersiell framgång sajten faktiskt är. Vinsten 2011 var 4,5 miljarder kronor och börsvärdet beräknas bli 35 miljarder kronor. Framgången ligger i Facebook som reklamkanal med möjlighet att rikta anpassade budskap till specifika grupper eller enskilda användare. Varje Facebookmedlem har i praktiken bjudit in annonsörer genom att berätta detaljer om sig själv - inte bara kön, ålder, yrke och bostadsort utan även fritidsintressen och just socialt nätverk.

På min Facebooksida dyker det upp annonser om antirynkkrämer, bantningspiller och matkassar. Jag skrattar. Men på något sätt, via en omväg som snirklar sig in i mig, nås jag ändå av budskapet att jag som kvinna i 45-årsåldern borde köpa mig ett snyggare yttre och ett mer lyckat liv. Jag är antagligen den enda svenska kvinnan i min ålder som inte använder någon ansiktskräm; det måste ju vara korkat? En sådan tanke gror ur annonsen om antirynkkräm.

Facebook är gratis, men vi betalar genom att öppna vårt inre för påverkan. Om kapitalismen vore rationell borde vi få betalt för att bli medlemmar på Facebook.

Samtidigt som det alltså uppmärksammas att något så altruistiskt som en hemsida för vänskap är en kommersiell succé så kommer också, lika plötsligt som ketchup, en massa studier som visar att internet i allmänhet och sociala medier i synnerhet får oss att må dåligt. Amerikansk forskning visar att smartphones gör oss egoistiska. Den som hela tiden har sitt sociala nätverk i fickan får sin bekräftelse där och behöver inte vara snäll eller generös mot okända människor. En svensk doktorsavhandling, av psykologen Sara Thomée vid Göteborgs universitet, visar att det finns ett samband mellan intensiv internet- och mobilanvändning och olika former av psykisk ohälsa, till exempel sömnproblem och depressioner. En annan studie från Göteborgs universitet visar att vi mår dåligt av att tillbringa mycket tid på Facebook. Det beror, menar forskarna, på att Facebook är ett forum för jämförelser - man visar upp hur många och populära vänner man har och man uppdaterar sin status med nya avundsvärda aktiviteter. Det skapar ett lyckorace där den som inte ligger i täten lätt tappar självförtroende.

Det är dopaminet som får oss att trots allt stanna på Facebook, de snabba påslagen av välbefinnande efter att någon har gillat eller puffat oss eller bett oss att bli vän med dem. När det mänskliga nervsystemet skapades, för tiotusentals år sedan, var dopaminpåslagen en förutsättning för överlevnad - de fick savannmänniskorna att söka av sin omgivning efter till exempel mat. Idag fyller dopaminet inte denna livsuppehållande funktion. Inte för människan, men för konsumtionssamhället. Det är dopaminet som bygger Facebooks ekonomi, ja det är till stor del dopaminet som bygger konsumtionssamhället.

Att konsumismen är kemiskt och biologiskt betingad kan tyckas nedslående. Dopaminpåslagen går inte att stoppa. Men den stimulans som ger påslagen kan förändras. Godis, snabba bilar och ytliga bekräftelser är inte ideal som regerar för evigt. När vår överkonsumtion blir ohållbar så kan mer lågintensiva lustupplevelser, som sammanhängande och reflekterande mänsklig samvaro, bli det som ger status och dopaminrus. Kan man åtminstone hoppas.

Katarina Bjärvall

Frilansjournalist och författare, senast till *Var är du?*
Människan och mobilen