

Att bli sitt eget varumärke

Jag sitter på tunnelbanan och ser unga flickor med långt hår, lösögonfransar, naglar av ansevärd längd i perfekt skick för att inte kunna utföra något arbete som städa, diska och ta hand om barn, sjuka eller gamla. En del har stora och välfyllda läppar, ditmålade ögonbryn enligt senaste trenden. Alla med nedböjda huvuden över sina smarta mobiler. Jag tänker att för att bli denna uppenbarelse krävs det både tid och pengar.

Rapporter om att unga människor mår dåligt, särskilt unga flickor, förmedlas av media (senast i SR, P1 den 30/8.) De senaste åren har det berättats att unga människor är stressade och mår dåligt. Orsakerna som brukar anges är de höga krav och prestationer som ställs på dem bland annat i skolan, men också de egna kraven. När en av rapportörerna sa att ett av skälen är höga krav på ungdomarna genom att de ska försöka förbättra sitt varumärke, blev jag faktiskt upprörd. Speciellt när det sas som en självklarhet.

Hur långt har det inte gått när varje person måste lansera sig som ett varumärke redan i unga år. Först var vi arbetskraft, sedan medborgare som fick rösträtt, vissa rättigheter och skyldigheter, sedan blev vi kunder i ett växande kommersiellt landskap och nu är vi en vara på marknaden. Inte bara som arbetskraft utan hela vår person är en vara som ska positionera sig genom sitt varumärke. Med en ständig blick på oss själva och frågan; duger jag? Det tär för man blir sällan nöjd.

En vara måste ständigt förbättras för att kunna säljas. Det gäller bilar, vitvaror, cyklar likväl som hushållsredskap. Om människan nu ska bli sitt eget varumärke, måste hon ständigt synas och förbättras för att hävda sin ställning på marknaden, genom lansering och marknadsföring. Företeelsen att en människa skapar sitt eget varumärke började väl med

idrottsstjärnorna, med fotbollsspelare och hockeyspelare som köps och säljs av klubbar i Sverige och världen.

Flera unga flickor marknadsför sig på nätet, till exempel Blondinbella. Hon har nästan en halv miljon följare på instagram, och de kan få tips på hur de ska förbättra sitt eget varumärke genom olika inköp. Det kan handla om smink och kläder som dessa influencers får betalt för att marknadsföra på sina bloggar. Blondinbella skapar sitt varumärke, blir rik och en förebild för unga flickor.

Det ställs också andra krav på prestationer; att skaffa sig en bra utbildning, ett välbetalt jobb, ha en mysig lägenhet, ha många vänner, en partner och ett lyckligt liv. Att bli en lyckad människa helt enkelt. Lyckas man inte utan i stället får jobb inom hemtjänsten, i kassan på mataffären eller inom något annat lågavlönat yrke tär det på självkänslan. Precis som det tär att tvingas bo hemma trots trångboddhet och att man är över tjugo.

När den bistra verkligheten är så väsensskild ifrån de ideal och normer som unga människor möter i vårt marknadsliberala samhälle, är det lätt att gå sönder.

Claudette Skilving