

Vårt behov av nya begär

Missnöjesproduktion. Jag hittar ordet i Mats Alvessons "Tomhetens triumf" som kom ut förra året och jag tycker att han i det enda ordet ringar in konsumtionssamhällets motiv: att generera missnöje, otillfredsställelse, skavsår i sinnet. Det är de missnöjda, de otillfredsställda, de såriga som blir de goda konsumenterna. Det är de – vi – som ger oss ut till gallerior och shoppingglador för att hela oss med våra kontokort. Därför retuscherade modeller, därför oanvändbara funktioner i mobiltelefonerna och därför slogans som "alla har rätt till ett häftigt kök".

Konsumtionen helar tillfälligt, sedan börjar såren skava igen. Så jag undrar: varför väljer vi ändå denna livsstil? En förklaring är att trycket är starkt inte bara från konsumtionssamhällets egna trupper, företagen, utan också från myndigheter och politiker från höger till vänster: konsumtion gynnar tillväxt och tillväxt gynnar välbefinnande, alltså är konsumtion en plikt. Att den så kallade happynessforskningen från USA bekräftar det vi ser i vår egen närhet – pengar över en viss nivå får oss inte att må bättre – fäster inte i den seriösa debatten.

Men det finns en förklaring utöver det kommersiella och politiska trycket och den förklaringen är pengarna i sig. Svensken av idag har i genomsnitt avsevärt mer pengar att röra sig med än hon eller han hade en generation tidigare. De flesta konsumtionsvaror har, om hänsyn tas till inflationen, blivit billigare. Det gäller resor, mat, elektronik, ja faktiskt det mesta utom boendet. En flygtur till Sydeuropa kostade någon tusenlapp eller mer för 30 år sedan, idag flyger man dit för mindre än så. En chipspåse på 200 gram kostade 20 kronor på 1980-talet, idag väger den 300 gram och kostar lika många kronor. En enkel kassettspelare – min dröm när jag var elva år 1977 – kostade 200 kronor då, idag får min elvaåring enklast möjliga mp3-spelare för samma summa. Trots att lönerna, och veckopengen, ökat flera gånger om.

Vi får alltså pengar över och vad gör vi med dem? Behoven är täckta sedan minst en generation. De begär vi hittills känt är tillfredsställda. Alltså har vi ett behov av nya begär – och det behovet kan överkonsumtionen tillfredsställa. Platt tv, yes, den täpper till en lucka i vår inre mosaik av hittills okända begär. Weekendresa, perfekt, där kan man bränna tjugo papp på bara tre dagar, tack för det. Flaskvatten, utmärkt, där har vi något som vi tidigare fick i stort sett gratis men som vi nu har en möjlighet att få betala för. Sopberg, stress och ryggont är smällar man får ta, det är det värt för tillfredsställelsen i att lyckas spendera pengarna vi tjänar.

Men nu händer något. Samtidigt som jordklotet har insjuknat i feber börjar coola brudar virka sina egna kläder. Visst, precis som konsumtionen i sig är klassbetingad så är konsumtionskritiken det. Men det är inte bara intellektuella medelklasselitister i noppiga koftor som kritiska. American Express slår i en rapport fast att höjden av lyx är att avstå från konsumtion och att istället, som Bill Gates och George Soros, lyssna på sitt samvete. Och även förortsmorsor vid pantautomaten på Konsum trycker på knappen som ger regnskog för burkpengarna.

De har alla det gemensamt att de är – ja, faktiskt missnöjda. Det missnöje som konsumtionssamhället har satt en ära i att producera har, tänker jag, snott varvet runt

och bitit sig själv i svansen. Överproduktionen av missnöje har gjort oss mätta på att
dissa oss själva. Vi har råd med nya ideal, nya drömmar, nya mål som handlar om att
– skratta inte nu – bygga en schysstare värld. Sätt på kranen och ge mig ett glas
vatten.

Katarina Bjärvall

författare till "Vill ha mer. Om barn, tid och konsumtion" (Ordfront)