

Nu debatterar vi julklappars värde igen

Svenska Dagbladet den 4 december 2016

Shoppingens och givandets högtid stundar. Då är det hög tid att fundera en smula över konsumtionssamhället och dess kritiker. Vad är kritiken och hur motiverad är den?

Den som är kritisk mot det så kallade konsumtionssamhället vill sannolikt inte bli tolkad bokstavligt. Utan konsumtion svälter vi ju ihjäl. En rimligare tolkning är att konsumtionskritiken är ett inlägg i miljödebatten. Mycket som konsumeras produceras på sätt som är miljömässigt problematiska.

Debatten om vilka produktionssätt som är långsiktigt hållbara ur ett miljöperspektiv är onekligen angelägen. Det är dock svårt att se poängen med konsumtionskritik om det bara är ännu ett ord för miljömedvetenhet och strävan efter hållbar utveckling. Ett mer intressant tema i kritiken är den konsumtionshets som sägs få oss att konsumera onödigheter vi egentligen inte behöver. Det är en spännande tanke, men den som tycker så måste naturligtvis vara beredd att svara på vem eller vad som ska avgöra var gränsen går mellan onödig och acceptabel konsumtion. Bra svar på den frågan är synnerligen sällsynta.

Likväl är det just när det gäller konsumtionshetsen som konsumtionskritikerna har sina bästa poänger. Som exempel kan noteras ett fenomen som förtjänar att diskuteras kritiskt så här års, nämligen skolor som beordrar barnen att köpa julklappar till varandra för en viss summa. Fenomenet har naturligtvis redan fått berättigad kritik eftersom vissa elever kommer från hushåll med ansträngd ekonomi. Obligatoriska inköp av julklappar för en viss summa pengar riskerar emellertid också att skapa slöseri.

Eftersom det är svårt att veta vad någon annan anser sig behöva eller skulle vilja ha, är det generellt sett svårt att köpa presenter. Risker är stor att presenten inte alls uppskattas av mottagaren, även när samma present skulle vara synnerligen uppskattad av en annan mottagare.

Det faktum att vi ändå ger varandra presenter kan naturligtvis både förklaras och rättfärdigas av vårt behov av att kommunicera och signalera till varandra. "Jag tänker på dig", "Jag unnar dig saker du inte unnar dig själv" och "Förlåt" är tre exempel på budskap som effektivt kan kommuniceras med en väl vald gåva på ett sätt som är betydligt mer trovärdigt än motsvarande fras sagd med ord.

Signalvärdet i en gåva devalveras emellertid rejält när givandet är obligatoriskt, som när skolan bestämmer att alla ska köpa julklappar till varandra. Risker är således stor att detta påfund leder till just vad konsumtionskritikerna vänder sig mot: Att det köps en massa saker som ingen egentligen behöver eller ens vill ha.

En tänkbar slutsats är att shoppingfenomen som den USA-importerade Black Friday har oförtjänt dåligt rykte. Den som lägger sina egna pengar på att köpa något åt sig själv är förmodligen en mer kritisk konsument än barn som lägger sina föräldrars pengar på att köpa julklappar åt andra.

Andreas Bergh