

Överflödssamhället

AV JAN WALLANDER

Den amerikanska nationalekonomiprofessorn J. K. Galbraith är en man med idiosynkrasier. Han tycker illa om sina kolleger, som representerar den »konventionella klokskapen» och han känner djup motvilja för det amerikanska samhällets krona — »the american businessman».

Dessa sina känslor gör han inget för att dölja i sin nya bok »The Affluent Society». Med stor kraft sätter han axeln mot den »konventionella» teoriens portar för att spränga dem. En läsare som med nöje bevittnar hur han under stor fart kommer intumlande i rummet kan dock inte undgå den reflektionen, att hastigheten i hans framfart möjligen kan bero på att porten i själva verket var öppen.

Det bör ju också värma hjärtat hos varje strävsamt författande företagsledare att av Galbraith bli underrättad om, att det är en tyst överenskom-

melse mellan männen av facket, att vederbörandes prestationer bör bedömas efter en annan och lägre skala än som brukas dem emellan.

Det som gör Galbraiths bok både intressant och läsvärd är inte i första hand tankarnas fräschör eller resonemangens stringens. Dess värde ligger i stället i den medryckande kraft och lidelse med vilken tankegångarna förs fram och det förhållandet att de för några procent av mänskligheten börjar få en aktualitet, som de tidigare inte haft.

Människan i ekorrhjulet

Galbraiths centrala tanke är att man i USA lever i ett överflödssamhälle. Det är flera som dör av att de äter för mycket än av att de äter för litet. Alla har ordentligt tak över huvudet och bra med kläder. Vad man nu strävar efter är, att skaffa sig bilar av allra senaste modell, att kunna spela högt på kapplöpningarna på lördagarna osv. För Galbraith och många med honom framstår inte till-

Jan Wallander är chef för Industriens utredningsinstitut och sedan 1958 docent i nationalekonomi vid Stockholms Högskola.

fredsställandet av dessa senare behov som lika väsentligt som framskaffandet av tillräckligt med mat, tak över huvudet och kläder att värma sig med.

Galbraith skulle emellertid kunna acceptera, att det ekonomiska livets hela strävan gick ut på att tillgodose sådana mer ytliga behov om han kände sig övertygad om, att de verkligen var ett spontant uttryck för människors önskningsar. Detta är emellertid enligt honom inte fallet, det är i stället fråga om på konstgjord väg framkonstruerade behov. De har skapats av själva den produktionsapparat som är till för att tjäna de mänskliga behoven. De medel genom vilket detta sker är reklam och modern försäljningsteknik. Han menar också att en högre standard har blivit ett mål i sig självt — en standard som är högre än våra grannars. Denna högre standard demonstrerar vi genom att konsumera varor som syns utåt. Detta driver i sin tur upp våra grannars konsumtion och så står vi där med vår tvättade hals och är tvungna att försöka höja standarden ett stycke till. Vi blir en samling som försöker springa uppför en rulltrappa som är på väg nedåt — vi kommer inte en bit högre trots alla våra ansträngningar.

De som håller trappan i gång är företagsledarna, vars särställning i det amerikanska samhället, enligt Galbraith, betingas av att de lyckats få folk att tro att det mest väsentliga är att produktionen ständigt höjes.

Det är mot allt detta som Galbraith opponerar sig. I stället vill han hävda att ytterligare höjning av konsum-

tionsstandarderna är relativt överflödiga, eftersom vi redan lever i ett överflöd.

Galbraith diskuterar endast amerikanska förhållanden men det är samtidigt tydligt att Sverige är ett av de fåtal länder i världen, där hans tankegångar kan sägas ha aktualitet. Det är mycket få människor i vårt land som kan sägas lida verklig nöd och vi kunde konstatera att krigsårens påtvungna återhållsamhet i fråga om mat i själva verket ledde till en tillfällig sänkning av dödligheten i vårt land.

*Är reklamen så farlig som
det sägs?*

Finns det nu anledning att tro att vi i vårt land ständigt hetsas av reklamen till att försöka stegra vår konsumtion, fast vi »egentligen» inte vill. Uttalanden av det slaget — om än som regel mera nyanserade — synes mig böttna i dels en stark underskattning av människors sunda förnuft, dels i en för reklammännen överdrivet smickrande uppfattning om deras möjligheter i sammanhanget.

Om vi ser på de varor som vi i dag konsumerar, måste vi nog säga oss, att den alldeles övervägande delen är av den arten, att det är mycket naturligt att konsumenterna trår efter dem. Det är roligt att ha en tv-sändningsapparat och en bil är för de flesta en utomordentligt praktisk och »kul» sak. Inte minst gäller detta på landsbygden. Det är också så, att bilrätheten är påtagligt högre på landsbygden än i storstäderna, om vi tar

hänsyn till olikheter i inkomst och yrkessammansättning. De undersökningar som gjorts tyder heller inte på att folk i onormalt stor utsträckning skulle skaffa sig extraarbete för att skaffa sig en bil; så allvarligt tar de inte på sin bilkonsumtion.

En helt annan sak är att en hel del av den konsumtion som för oss i dagar sig i hög grad nödvändig, av våra föräldrar betraktades som ren och skär lyx. Det är ju bara ett uttryck för den gamla iakttagelsen, att »apptiten växer mens man äter». Det är i dag fullt naturligt att låta socialunderstöd gå till anskaffande av radioapparater, men det hade varit ett oförsvärligt slöseri att förfara så på 20-talet. De första svalorna har redan börjat synas i pressen om att folk borde få hjälp av samhället till anskaffande av bil; de blir säkert flera. I framtiden kan bilunderstöd bli lika vanligt som bostadsunderstöd. Det ena förefaller lika väl kunna motiveras som det andra.

Vad som nu sagts betyder emellertid inte att vi inte utsätts för en ständigt påverkan i riktning mot en höjning av vår standard. Den kommersiella reklamens roll i detta sammanhang torde emellertid ofta vara av mera blygsam art. Vi är visserligen ständigt utsatta för dess påverkan, men dess syfte är ju främst, inte att få oss att köpa t. ex. mer bensin utan att köpa mer av bensinmärket X och därmed mindre av bensinmärket Y. Någon höjd konsumtion av bensin torde det inte bli fråga om. Vid de studier av konsumtionens utveckling under de sista 25 åren, som vi gjort inom Industriens Utredningsinstitut,

fann vi bara ett fall, där våra serier föreföll att ha påtagligt påverkats av vad man vanligen menar med reklam. Det var införandet av New Look år 1948; dess införande höjde påtagligt textilkonsumtionen. Det är samtidigt typiskt, att det här inte var fråga om kommersiell reklam, utan om påverkan via tidningarnas dam- och familjesidor. På dessa bedrivs som bekant en mycket omfattande textreklam när det gäller dam- och barnkonfektion. Presentationen av Parismodet är ju dessutom en viktig del av tidningarnas nyhetsmaterial.

Det förefaller också sannolikt att konsumenterna påverkas mycket mer av vad som skrivs på tidningarnas motorsidor och i deras motorspalter och i motortidningarna än av hela den samlade bilreklamen.

När det gäller bostäder har den kommersiella reklamen varit praktiskt taget obefintlig efter kriget. Samtidigt ägnas nya bostadsområden och bostadstyper en mycket stor uppmärksamhet i dagspressen. Slöjdföreningen bedriver en halvofficiell propaganda för en höjd bostadsstandard och i skolorna får barnen lära sig att vi har en alltför låg bostadsstandard. I Sven Ulric Palmes lärobok i samhällslära för gymnasiet betonas, i samband med en diskussion av investeringsproblematiken, att vi »naturligtvis inte (vill) slå av på det mål, som den statliga bostadspolitikern syftat till: större utrymmen, högre teknisk standard, tryggad hyresrätt, måttliga hyreshöjningar».

I den mån man föreställer sig att människors efterfrågan överhuvud går att påverka propagandavägen

måste man nog tänka sig att vägen över skolan är en av de mest effektiva. Vårt konsumtionsval och vårt val mellan arbete och fritid, mellan arbetsår och pensionsår påverkas uppenbarligen också i hög grad av propagandan från politiska och fackliga organisationer.

Det är synnerligen väsentligt att närmare kartlägga på vilka vägar och på vad sätt vi påverkas i vårt konsumtionsval. Det förefaller emellertid sannolikt att den kommersiella reklamen härvid spelar en mindre framträdande roll. Det är också tydligt att en förutsättning för att så inte skulle vara fallet vore att reklamen arbetade på mycket lång sikt. Att ändra människors preferenser tar tid. Reklam som siktade till sådana förändringar skulle alltså börja ge resultat först om kanske 5 à 6 år. Vare sig reklammännen eller deras uppdragsgivare torde vara inställda på en sådan politik. När det gäller kollektiv reklam kan dock läget vara annorlunda.

Bristen på social balans

Det är möjligt att situationen är en annan i Förenta staterna. I varje fall är det Galbraiths uppfattning att så är fallet. Detta leder enligt honom till en brist på balans mellan olika konsumtionsvaruområden. Han frammanar bilden av genomsnittsamerikanen, som lämnar en trång och trist bostad i en storstads slumkvarter för att sätta sig i sin blänkande Cadillac, med automatisk växling, luftkonditionering etc. Med stora svårigheter tar mannen sig fram

genom sin trafikförstoppade stad, där de kommunala fortskaffningsmedlen är otillräckliga och dåliga, där skolväsendet är gammalmodigt och underdimensionerat, där luften är starkt förorenad och där gatorna är fyllda av skräp och smuts. När han äntligen kommer ut på landsbygden döljs landskapet av reklamskyltar. Denna brist på balans mellan olika områden — hög och överflödande standard när det gäller den privata sektorn, samtidigt som den samhälleliga släpar efter — förklarar Galbraith med att den privata sektorn men inte den offentliga till sitt förfogande har den moderna efterfrågeskapande industrin — den kommersiella reklamen. Även om resenariet av denna typ inte är ovanliga hos oss är det samtidigt tydligt att våra förhållanden är helt annorlunda. Skandinavien framställs också av Galbraith i detta sammanhang som ett eftersträvansvärt exempel på en rimligare fördelning mellan olika konsumtionsområden.

Den fulla sysselsättningen i överflödssamhället

Även om man inte kan acceptera Galbraiths syn på människors strävan efter en högre standard som resultatet av en djävulskt skicklig konspiration av näringslivet, utesluter det inte att det ligger något väsentligt i vad han säger. Det är uppenbart, att vi mer och mer glider in i ett läge där en ytterligare höjning av konsumtionsnivån inte ter sig så väsentlig. Denna insikt har ju också lett till,

att vi blivit allt mer benägna att ta ut våra produktivitetsvinster i form av kortare arbetstid, längre semester och en längre arbetsfri ålderdom.

Om vi öppet erkänner att en produktionsökning inte längre bör gå före allt annat, har detta enligt Galbraith viktiga konsekvenser för den sysselsättningspolitik vi bör bedriva. Orsaken till att vi med all makt försöker undvika arbetslöshet är ju i själva verket inte den nedgång i produktionen den kan leda till, utan det förhållandet att en liten del av arbetsstyrkan blir utan inkomst och sysselsättning. Detta betraktar vi med all rätt som en allvarlig sak. Det är fullt naturligt att vi, när vi skall beskriva depressioner, gör det i termer av antalet arbetslösa och inte i förlorade produktionskvantiteter. På samma sätt blir högkonjunktur för de flesta inte hög produktion utan full sysselsättning.

Vår strävan att till varje pris hålla sysselsättningen uppe för oss emellertid in i ständiga svårigheter, som lätt leder till inflation. Galbraith analyserar de möjligheter vi har att med tillhjälp av penning- och finanspolitik klara balansgången. Hans slutsats är att det visserligen enligt läroböckerna finns goda chanser att klara uppgiften, men att de politiska förhållandena är sådana, att den goda medicinen aldrig kommer till ordentlig användning. Efterkrigsårens erfarenheter jävar tyvärr inte detta påstående.

Det sätt på vilket han vill lösa den gordiska knuten är ett accepterande av arbetslöshet i större doser än vi nu är inställda på. Om vi konstate-

rar, att den marginalproduktion, som vi förlorar genom arbetslöshet, inte är så viktig, gör det ju heller inte så mycket, om vi har en viss arbetslöshet. Samtidigt måste vi då givetvis undanröja de sociala olägenheterna av mer långvarig arbetslöshet genom att betala ut arbetslöshetsunderstöd, som ligger i närheten av den normala förtjänsten för den arbetslöse. En sådan politik vore emellertid mindre lycklig i ett läge, där vi närmade oss full sysselsättning. Galbraith har därför tänkt sig ett system som han kallar C.G.C. (Cyclically graduated compensation). Detta innebär att när arbetslösheten börjar bli mer omfattande, låter man arbetslöshetsunderstöden stiga upp mot en toppnivå av ca 90 procent av normal förtjänst, när arbetslösheten sedan sjunker, får understöden sjunka ner mot en nivå, som kan sägas syfta till att överbrygga nödvändig omställningstid mellan olika arbeten.

Med denna metod skulle vi enligt Galbraith vinna två saker. Dels skulle vi få en i arbetslöshetspolitiken inbyggd konjunkturstimulerande effekt av icke föraktlig storlek, dels skulle de olika politiska partierna få »råd» att acceptera en större arbetslöshet än nu. Detta skulle göra det möjligt att föra en anti-inflationistisk politik, som verkligen vore effektiv. Det kan tilläggas, att Galbraith också är inne på tanken, att systemet skulle kunna konstrueras så, att man hade kompenstationstal, som varierade regionalt allt efter arten av den förekommande arbetslösheten.

Galbraith diskuterar några av de inläggningar som kan resas mot hans

tanke. En nära till hands liggande invändning är att så generösa understöd skulle leda till att folk undandrog sig arbete. Han hävdar emellertid — säkerligen med all rätt — att de flesta människor gärna vill arbeta och i varje fall är utsatta för ett starkt tryck i denna riktning från sin omgivning.

Galbraith och den svenska arbetslöshetspolitiken

Galbraiths tanke är av intresse ur svensk synpunkt. Arbetsmarknadsstyrelsen bekämpar för närvarande med stor energi arbetslösheten genom s. k. rörlighetsstimulerande medel. En sådan politik har emellertid uppenbarligen, som direktör Giesecke påpekat i föregående nummer av denna tidskrift, sin påtagliga begränsning. Det är möjligt att flytta om folk endast så länge som det finns arbetstillfällen på andra håll — en allmän sysselsättningsminskning kan inte bekämpas på denna väg. Det är vidare meningsfullt att göra större omflyttningar endast i den mån man tänker sig att arbetslösheten väsentligen sammanhänger med långsiktiga strukturella förändringar i näringslivet. Det kan inte vara någon mening med att flytta familjer, vars försörjare man föreställer sig om något halvår kan få lönande sysselsättning i sitt gamla arbete igen. Om våra skogsindustrier drabbas av svårigheter på grund av nedgångstendenser på exportmarknaderna kan det inte vara förnuftigt att försöka flytta bort deras arbetskraft, eftersom vi

är inställda på att utvecklingen skall vända sig igen. Allmänna arbeten är en annan möjlighet. Det kan emellertid ofta vara svårt att lokalt finna förnuftig sysselsättning för de friställda på den vägen. Allmänna arbeten tar vidare tid att få igång och utgör dessutom inte sällan ett ganska dyrbart sätt att hålla folk sysselsatta.

Varje månad publicerar nu tidningarna arbetslöshetssiffrorna på första sidan, allmänna opinionen är oroad och trycker på om krafttag. I det läge vi befinner oss skulle emellertid allmänna åtgärder som verkligen på kort sikt stimulerade sysselsättningen med stor säkerhet leda till en valutakris. Regeringens politik måste därför rimligen gå ut på, att — under urvecklande av vissa åthävor — se tiden an. Dröjer återhämtningen på världsmarknaden kan emellertid den attityden bli svår att upprätthålla.

Det förefaller inte orimligt att tänka sig att möjligheterna att under sådana omständigheter bedriva en förnuftig politik vore större om vi hade anammat Galbraiths tanke, och alltså sagt oss, att vi är ett så rikt land, att vi har råd att hålla oss med en viss arbetslöshet och samtidigt ta väl hand om de arbetslösa. Detta skulle ju också innebära att de arbetslösa själva fick en ny syn på sin situation; den fick karaktären av olycksfall i arbetet. Vi skulle kanske om vi hade en sådan politik med större kraft och konsekvens kunna genomföra åtgärder, som verkligen var ägnade att på lång sikt stimulera produktionsutveckling och rörlighet inom näringslivet. Galbraiths tanke förefaller väl värd att diskutera.