

Vad kännetecknar vår tid?

Jag behöver inte tillbringa många minuter på Facebook eller LinkedIn för att inse att Mats Alvesson har något viktigt att säga om vår tid. Vännernas noga utvalda konsumtionsfoton och CSR-proffsens förutsägbara hejklackar får en smått olustig känsla av tomhet att smyga sig på. Vi lever i en ytlig tid där konsumtionens, utbildningens och arbetslivets fasader ständigt putsas för att överglänsa – eller åtminstone inte skymmas av – vad andra visar upp.

Alvesson hänger upp sin kritiska samhällsbetraktelse på nyckelbegreppen nollsummespel, grandiositet och illusionsnummer. Både konsumtion och utbildning har inslag av nollsummespel – nyttan kommer delvis av att positionera sig gentemot andra konsumenter och studenter. Sådan konkurrens skapar både vinnare och förlorare; alla radhusägare kan inte ha dyrare bil än grannen, och alla studenter kan inte antas till en prestigeutbildning. En relaterad trend är en alltmer utbredd narcissistisk strävan efter självkänsla som manifesteras i vad Alvesson kallar grandiositet. Denna strävan tar ofta en retorisk form, som när yrken beskrivs som professioner eller ska stuvas in i den kunskapsekonomi som många egentligen inte kan sägas arbeta i.

Den ekonomiska utvecklingen underblåser de beskrivna trenderna. När människors mest basala behov väl är tillfredsställda riktar de mer av sin uppmärksamhet mot positionella varor och grandiositet. Som en genväg i konkurrensen, men också som självbedrägeri, används sk illusionsnummer – pseudo-

åtgärder i form av krav och rutiner som endast skenbart har med den faktiska verksamheten att göra. Illusionerna fungerar om de är svåra för utomstående att genomskåda samtidigt som de direkt berörda inte vågar eller orkar göra annat än att spela med. Frågan är t ex om visioner, värdegrunder och jämställdhetsplaner mest är sådant som låter bra eller om de i någon mån också förbättrar den aktuella verksamheten.

De tre nyckelbegreppen nollsummespel, grandiositet och illusionsnummer behandlas på tre områden: konsumtion, högre utbildning och arbetsliv. Tyngdpunkten ligger på arbetslivet med enskilda kapitel om ”förändringsfundamentalism”, ”skyltfönsteraktiviteter” samt de parallella förskjutningarna från yrken till professioner och från chefer till ”ledare”. Framställningen blir dock något vindlande, om än orden faller träffsäkert. För mig krävdes avsevärt bläddrande fram och tillbaka för att förstå hur delar av argumentationen hängde ihop. Nyckelbegreppen återopas i en rad sammanhang och kombinationer utan några speciellt tydliga presentationer av de tillhörande orsakssambanden.

Alvessons kritiska perspektiv är på det hela taget befriande. Att det alltid behövs mer utbildning och mer förändring är två utbredda uppfattningar som effektivt smulas sönder. Kritik kan dock vara mer eller mindre relevant, och här blir den systematiska empirins relativt undanskymda roll en svaghet. Detta gäller trots att bokens empiriska anspråk överlag är extremt försiktiga, i linje med föresatsen att i stället erbjuda ett ramverk för att utmana och ompröva dominerande tankebanor.

På ett av de få ställen där Alvesson stödjer sig mot systematisk empiri blir det fel. Ett av bokens bärande argument är att högre inkomster och mer konsumtion inte leder till ökad tillfredsställelse och lycka. Det framställs som att litte-

BOKANMÄLAN

Mats Alvesson: *The Triumph of Emptiness: Consumption, Higher Education and Work Organization*, Oxford University Press, 2014, 243 sidor, ISBN 978-0-19-870880-3.

raturen är helt samstämmig om detta; någon motsatt evidens sägs inte existera. Det är bara det att den starkaste studien på området, som inte citeras, visar att människor är mer tillfredsställda med sina liv i länder med högre inkomster, att sambandet mellan tillfredsställelse och inkomst även gäller *inom* de flesta länder och dessutom följer konjunkturcykeln i USA (Stevenson och Wolfers 2008).

Ett mindre problem är det snabba avfärdandet av uppfattningen att mer utbildning ger högre ekonomisk tillväxt. Givet all den forskning som har gjorts om utbildning och tillväxt är en sådan behandling inte helt tillfredsställande. I det här fallet överensstämmer dock Alvessons tes relativt väl med vad den utbildningsekonomiska forskningens säger, åtminstone om rika länder. Att ha klarlagt detta skulle ha stärkt bokens angrepp på den ”utbildningsfundamentalism” som annars kan framstå som en halmdocka.

Vilka är då konsekvenserna av att leva i ett grandios samhälle? Flera problem pekas ut: att kvantitet tränger ut kvalitet (bl a i konsumtion och utbildning), att tilliten eroderar samt att narcissism och ”funktionell dumhet” (brist på kritiskt tänkande) breder ut sig. Några

tydliga prediktioner rör det sig inte om – reservationerna blir så många att jag till slut undrar hur problemen ska bedömas. I vart fall tycks inte tilliten till svenska universitet och högskolor ha eroderat, den akademiska världens många illusionsnummer till trots (Holmberg och Weibull 2014).

Avslutningsvis gläder det mig att *Tomhetens triumf*, som boken heter på svenska, nu finns tillgänglig för en internationell publik. Vad mer kan man önska sig än en välformulerad bok med viktiga budskap som utmanar förhärskande uppfattningar? Jo, att människor också tar den till sig och vid behov struntar i det formellt korrekta och i stället gör det som verkligen behövs.

Henrik Jordahl

Docent i nationalekonomi, Institutet för Näringslivsforskning

REFERENSER

Holmberg, S och L Weibull (2014), ”Institutionsförtroende mellan berördhet och mediebevakning”, i Bergström, A och H Oscarsson (red), *Mittfåra & marginal*, SOM-institutet, Göteborgs universitet.

Stevenson, B och J Wolfers (2008), ”Economic Growth and Subjective Well-Being: Reassessing the Easterlin Paradox”, *Brookings Paper on Economic Activity*, vol 39, s 1–87.