

Köpfestens baksida



[
n
g
g
a
l
l
e
r
y
i
d
=
1
5
]

Varje svensk slänger nästan ett halvt ton sopor per år

Sverige är den femte största avfalls-producenten i Europa per capita räknat.

Bli revolutionär, vägra slänga!

Text: Mattias Hagberg | Bild: Bibbie Friman | Från [SocialPolitik nr 4/2012](#) | [Prenumerera](#)

Vad är vår ekonomi? Vad består den av?

En påse skräp? Några ruttna bananer, ett par tomma mjölkpaket, en halväten falukorv? En teve som vi tröttnat på, en dator som inte längre håller måttet, ett par jeans som känns omoderna, en soffa utan det där rätta personliga uttrycket?

– Jag känner folk som brukade låsa in sig på toa med

porrtidningar, nu sitter de där inne med sina Ikea-kataloger, säger huvudpersoner i Chuck Palahniuks kultförklarade roman *Fight Club*, och fortsätter:

– Man köper möbler. Man intalar sig själv att köper jag den här soffan så kommer jag aldrig att behöva en annan. Man köper soffan och sen är man lugn några år eftersom man oavsett vad som händer i alla fall har tagit hand om det där med soffan.

– Sen är det dags för det rätta porslinet. Sen måste man ha en perfekt säng. Därefter gardiner. Och så mattor. Sen sitter man där som en fånge i sitt mysiga hem och ägs av sina ägodelar.

Varje år dimper en ny Ikea-katalog ner i brevlådan med sitt enkla evangelium: Köp! Detta kan bli ditt för en billig peng.

Men mellan raderna finns också ett annat budskap, ett djupare, och mer problematiskt. Priset, kvalitén, mängden varor, fordrar omsättning. Ingvar Kamprad kräver inte bara konsumtion, han kräver inte bara ständigt nya resor till varuhuset, han kräver lika många resor till soptippen – eller *återvinningsstationen* som det heter på nyspråk. För hur skall vi annars få plats? Hur skall vi annars ha möjlighet att ständigt köpa nytt?

Den moderna ekonomin lever på att vi tröttnar, att vi varje dag bestämmer oss för att slänga sådant som en gång var betydelsefullt för oss; soffan som skulle hålla oss lugna, det rätta porslinet, den perfekta sängen, gardinerna, mattorna. Vi slänger i snitt 457 kilo sopor per person och år. Det gör Sverige till den femte största avfallsproducenten i Europa. Konsumtionen av kläder och textilier har ökat med 40 procent på nio år i Sverige. I Danmark med 62 procent mellan 2003-2008. Varje år slängs 145 000 ton textilier i Sverige, Danmark och Finland, vilket motsvarar hälften av den mängd som släpps ut på marknaden, enligt Nordiska ministerrådet.

Att tröttna, att slänga, är i dag en medborgerlig plikt, lika viktig som att gå och rösta. Slösaktigheten är det moderna samhällets kärna, dess primus motor – sparsamheten dess revolutionära motpol.

Hur då?

Så här:

För att "hjulen skall snurra" och arbetstillfällena finnas kvar måste vi hela tiden konsumera nytt. Men det räcker inte med shopping. Det viktiga är inte längre bara ökad produktion och konsumtion utan lika mycket en ökad omloppshastighet, eller flödesintensitet om man så vill.

Man kan säga att vi sedan industrialismens genombrott har gått från ett produktionssamhälle till ett konsumtionssamhälle och nu vidare till ett flödessamhälle – eller enklare uttryckt, ett sopsamhälle, ett samhälle där själva slängandet av allt det gamla blir centralt, ja, kanske viktigast av allt. Eller som **Zygmunt Bauman**, konsumtionssamhällets största vedersakare, uttryckt saken i ett citat som pekar framåt mot sopsamhället:

"I konsumtionssamhället förskjuts sökandet efter lyckan – det mål som oftast åberopas och används som bete i marknadsföringskampanjer som syftar till att stimulera konsumenternas vilja att dela med sig av sina pengar – från skapande av ting eller anskaffande av dem till bortskaffandet av dem – just vad som krävs för att bruttonationalprodukten ska växa."

Skapande, anskaffande, bortskaffande. Orden bildar en båge från produktion till destruktion via konsumtion. Och de avslöjar ett märkligt förhållande: konsumtionen, anskaffandet, är bara ett mellanled, en parentes, en social konstruktion som möjliggör ett ökat flöde av varor, energi och pengar.

Alla är vi i dag smärtsamt medvetna om att bruttonationalprodukten, BNP, det mått som alla ekonomier strävar efter att multiplicera, skulle må bra av konsumenter som åkte direkt från varuhuset till soptippen – för då skulle ju hjulen snurra än snabbare.

I boken *Konsumtionsliv* lyfter Zygmunt Bauman fram den italienska författaren **Italo Calvino**s märkliga berättelse om

invånarna i staden Leonia som lever för att slänga. Men det som en gång var en absurd och surrealistisk berättelse är i dag en närmast sociologisk beskrivning av vår samtid:

"Bättre än med de ting som varje dag tillverkas, sälj och köps, kan Leonias välstånd mätas med de ting som varje dag kastas bort för att ge plats åt nya. Detta senare sker till den grad att man kan fråga sig, om Leonias verkliga passion faktiskt är, som man säger, att njuta av nya och annorlunda saker, eller om det snarare är att få kasta bort dem, så som man rengör sig från återkommande smuts."

De sista orden – "man rengör sig från återkommande smuts" – är särskilt talande. Just så hanterar vi vår plikt att slänga.

När modemagasinet Elle gjorde ett reportage om minilager för några år sedan, frågade sig tidningen varför det plötsligt blivit populärt bland privatpersoner att hyra lagringsutrymme. Redaktionen föreställde sig att lagren var ett uttryck för en mobil livsstil där människor flyttade mellan olika orter och länder. Men svaret var ett helt annat. Minilagren rymde prylar som blivit över, som inte längre fick plats i folks hem – och de flesta som tömde sina lager åkte direkt till soptippen.

För att konsumera mer än vi behöver måste vi ladda prylarna med känslor. Vi måste tänka att den där nya soffan kommer att göra oss nöjda, avslappnade, tillfreds. För att vilja och orka konsumera så mycket som många svenskar gör i dag måste vi investera känslor i prylarna. Vi måste önska dem, fast vi inte "behöver" dem.

Men det betyder också att vi måste avladda dem. Efter ett tag måste vi känna att de är tråkiga, omoderna, löjliga, pinsamma, långsamma, omoderna.

När Elle gjorde reportage om minilagren visade sig dessa lager i hög grad vara en station för avladdning. Här kunde prylarna ligga i några år och förlora sin emotionella kraft. Personerna som hyrde lagringsplats kunde helt enkelt inte med att slänga

dem med en gång – sakerna var fortfarande känslomässigt viktiga.

På samma sätt fungerar loppmarknader och liknande andra-handsmarknader för begagnade saker. De blir en ventil. En möjlighet att göra sig av med "smutsen" utan att åka direkt till soptippen. På ett enkelt plan framstår samtidigt vurm för det begagnade som en miljövänlig konsumtion. Men i själva verket är det kanske bara ytterligare ett sätt att döva samvetet, att låta varorna avladdas i väntan på nästa tur till varuhuset.

För att inte tala om återvinningsstationerna. Samtidigt kanske viktigaste plats för att döva konsumtionssamhällets dåliga samvete. Bara vi samvetsgrant återvinner kartongen till den nya teven behöver vi inte fundera över konsumtionens allt längre skuggor.

Det finns två dominerade strategier för att öka omsättningen, flödesintensiteten, och därmed få våra ekonomier att "blomstra". Båda kan sammanfattas med begreppet "planerat åldrande".

I det första fallet handlar det om ett kulturellt åldrande. Trender, design, mode och reklam som får oss att tröttna på kläder som ännu inte är utslitna, elektronik som fungerar och möbler som är i det närmaste nya. Det handlar om en ständigt pågående process som kan sammanfattas med ett ord: missnöje. Den som är nöjd och tillfreds i sopsamhället är per definition en misslyckad medborgare, en människa som inte vill "rengöra sig från den återkommande smutsen".

I det andra fallet handlar det om ett fysiskt åldrande på steroider. Saker och ting skall helt enkelt inte hålla. Redan på 1950-talet beskrev den amerikanska branschtidningen Electrical Manufacturing behovet av att skapa produkter som helt enkelt inte höll eller fungerade särskilt länge: "...den hårda logiken i vårt näringsliv stöder behovet av systematiskt förkortad livslängd som gör det möjligt för oss att maximalt utnyttja vår produktionskapacitet och våra tekniska framsteg".

Steve Jobs, samtidens mest hyllade affärsman, även efter sin död förra året, behärskade båda dessa tekniker till fullo. Med en lyckad satsning på planerat åldrande, såväl kulturellt som fysiskt, lyckades han på kort tid göra Apple till världen största bolag. Han insåg tidigt att den som skall göra lyckade affärer i dagens ekonomi måste koppla in sig på människors begär, inte deras behov. För, som den franske psykoanalytikern **Jacques Lacan** uttryckte det en gång: "människors behov är ändliga – deras begär oändliga".

Så lever vi i en ekonomi som premierar slöseri framför sparsamhet, flöde framför stiltje, begär framför behov – en ekonomi som i sina mest grundläggande drag framstår som absurd, en ekonomi som fått oss att tro att vi blir rikare ju mer vi slänger.

Sociologen **Roland Paulsen** berättar i sin bok *Arbetssamhället* om filmen *Mannen i den vita kostymen* från 1951. I filmen spelar en ung **Alec Guinness** huvudrollen som den genialiske uppfinnaren som framställer ett tyg som varken slits eller blir smutsigt. Till en början är alla textiltillverkare lyckliga över uppfinningen. Men när det går upp för fabrikererna att det perfekta tyget hotar produktionen gör de allt för att stoppa uppfinningen. Och när facket upptäcker vad som är på väg att hända gör de gemensam sak med kapitalisterna – annars riskeras såväl profit som arbetstillfällen.

Eller som en direktör redan i 1950-talets Amerika kärnfullt uttryckte saken: "Om varorna inte slits ut fortare, kommer fabrikererna att stå stilla och människor bli arbetslösa."

All samtida filosofi, all samtida samhällskritik måste börja på soptippen, har den slovenska filosofen och samhällskritikern **Slavoj Zizek** en gång påpekat. Förmodligen har han rätt. Det är på soptippen, på återvinningsstationerna och i förbränningsanläggningarna som vår ekonomi och våra liv blir tydliga. Det är där flödessamhället blir en fysisk realitet.

Men vi ser sällan skräpet. Det är en blindfläck. Soporna, skräpet, det överblivna – den halvättna falukorven, den gamla tråkiga teven, den omoderna soffan – städas snabbt undan i vår supereffektiva ekonomi. Men därmed bär soporna också på en omvälvande potential, de pekar mot vår ekonomis absurda ideal – slöseriet som dygd. Och på märkliga möjligheter till motstånd – den som är sparsam, den som vägrar att slänga, hotar att avslöja samhället i dess nakna galenskap.

mattias.hagberg at textverk.se

Läs vidare:

Lyckliga i alla sina dagar – om pengar och människors värde, Nina Björk 2012.

Köp dig fri! Om design överlevnad och konsumtion, Ingrid Sommar och Susanne Helgesson, Bokförlaget Arena 2012.

Skräp, Mattias Hagberg, 2008.

Arbetssamhället – hur arbetet överlevde teknologin, Roland Paulsen, 2010.

Konsumtionsliv, Zygmunt Bauman, 2008.

[Naturskyddsföreningen](#)



Denna artikel finner du i [Socialpolitik 4-2012](#)– Andra artiklar ur samma nummer:

- » Hemlös tandlös värdelös
- » Personer med psykisk funktionsnedsättning ska bestämma själva
- » Ton av sopor – köpfestens baksida
- » Pantrarna: Hellre gatljus än blåljus!

[Beställ en prenumeration »](#)