

MARKNADENS SKAMLÖSA SLAVAR

Marta Cullberg Weston

Vi styrs av diffusa skambudskap i större utsträckning än vi tror. Media förmedlar budskapet att vi ska vara smala, vältränade, välklädda med genomdesignade hem, ekonomiskt välbeställda och allmänt lyckade för att duga. En armada av olika affärsverksamheter ser till att inskräpa i oss hur vi *bör se ut* och vad vi *bör ha* för att gilla oss själva. Att vi bör skämmas om vi inte lever upp till dessa koder sägs inte ut, men det är underförstått. Modeindustrin, dam- och herrtidningar, träningscentra, plastikkirurger, möbel- och bilmarknad utlovar alla ”lycka” om du följer den senaste trenden.

Den moderna människans identitet är något som till stor del kommuniceras via yttre attribut. Författaren Milan Kundera talar om vår upptagenhet av vilket intryck vi gör på andra människor som *imagologi*. Aldrig har ytan varit viktigare. Människor spenderar stora summor på att bygga upp en image som de kan känna sig stolta över. Det är ett arbete utan ände eftersom det alltid dyker upp något nytt som man ”måste skaffa sig”.

Att vi ska slänga förra årets kläder i återvinnings säcken har vi sedan gammalt indoktrinerats med av modeindustrin som varje vår och höst hittat på nya linjer. Nu omfattar detta även köksinredningen. TV-program av typen *Extreme makeover* har övergått från skönhetsoperationer till att ”styla” vår hemmiljö. Här finns stora ekonomiska intressen. Och för att få oss att köpa mer spelar man på människors behov av tillhörighet och självkänsla. Bakom knuten lurar skammen om man inte kan leva upp till samma standard som de personer man jämför sig med.

”Konsumtionskulturen är först och främst inte baserad på tingen, utan på fantasierna och fantiserade begär”, skriver den norske psykoterapeuten Finn Skårderud. Shopping är ett inlärt ”behov”, men det problematiska är att hjärnans belöningssystem ger oss kemiska kickar även när vi uppfyller dessa konstruerade behov. Man tror sig finna lyckan i en ny häftigare bil eller en ny handväska med extrem prislapp. Man känner sig värdefull för en stund. Det är en kortvarig lycka och sedan gäller det att jaga vidare mot nästa häftigare pryl. Hos vissa har

belöningssystemet i hjärnan korrumpas så att dessa personer ”verkar ägna sitt liv till att uppnå ’svart bälte’ i shopping”, som professorn i neurofysiologi Martin Ingvar uttrycker det.

Det är samma sak med prylar som med annan bekräftelse – de lagar inte det inre hålet av bristande självkänsla utan man måste ständigt fylla på med mer. När det gäller bekräftelse från omgivningen brukar jag tala om att människor med sviktande självbilder har ”en sked med hål i”, för de kan aldrig varaktigt känna att de duger hur mycket bekräftelse de än får. Att allt mer av naturens resurser tas i anspråk för ett futilt jagande efter en lycka som inte finns på det planet känns minst sagt tragiskt.

Mats Alvesson, professor i företagsekonomi, delar in saker vi köper i *socialt oberoende varor* (som vardagsmat, toapapper etcetera) och *socialt laddade varor* (som kläder, bilar, inredning). Dyra märkeskläder får sin köpkrets på grund av människors önskan att vara säkra på att de hör till rätt segment i samhället. ”Märket påverkar ens image”, som en kvinna formulerade det. Att visa upp rätt image blir ett sätt att markera sin identitet. Vi jämför oss med personer i liknande situation och det leder till en ständig konkurrens om vem som har den häftigaste prylen. För att hänga med i denna köpspiral krävs ständigt nya kickar – det följer mönstret för beroendeskapande droger i allmänhet.

I marknadens tidevarv kan de flesta av oss bli slavar under konstruerade trender i vår önskan att konsumera oss till en identitet. Vi märker inte att reklamen arbetar med en diffus skampåverkan. När vi ”gjort bort oss” är det ingen tvekan om att vi känner skam, men bakgrunds-skammen som styr hur man ser på sig själv i spegeln, hur man klär sig eller möblerar sitt hem är också en potent faktor att räkna med.

I en artikel i *Svenska Dagbladet* den 18/12 2007 berättar en kvinna: ”Det är själva köpandet som är kicken. Jag känner mig snygg och lyckad i ett nytt plagg. Små billiga prylar räcker inte, det måste vara något som känns i plånboken. Att handla billigt eller på rea tilltalar mig inte alls, då känner jag mig underklassig. Jag skulle aldrig drömma om att sätta på mig en kopia av ett designerplagg och jag föraktar folk som gör det. Eller som ser billiga ut över huvud taget.”

Hon fortsätter: ”Jag har en hyfsad ekonomi och pengar på banken. Men jag är inte rik. Det känns som att någon dag kommer det här korthuset omkring mig att rasa och jag blir stående där med bara skammen kvar.”

Psykologi, skam och ekonomi är mer sammanflätade än vi tänker oss. I det moderna framgångssamhället handlar det om att kunna koderna och om att lyckas. Vi har fått en ny typ av social dynamik där ytan är ett styrande element. Att inte hänga med i den senaste trenden utsätter personen för ett hot mot självkänslan, där skammen lurar i bakgrunden.

Ordet konsumera betyder förtära och förbruka. När vi konsumerar energi, mat, transporter och prylar så förbrukar vi samtidigt olika typer av naturresurser – lagrade, förnybara och flödande – men också landskap i avlägsna länder och människors arbete. Vi tänker sällan på att andra människors arbete finns inbyggt i de varor vi köper. Sverige ligger åtta på listan över länder med störst ekologiskt fotavtryck, på grund av alla de varor vi konsumerar. Om alla konsumerade som vi skulle det behövas nästan fyra planeter för att täcka dessa behov.

Vi håller formligen på att konsumera oss till döds. För att få en större motståndskraft mot skamproducerande påverkan måste vi utmana marknadens känslomässiga spel på människors självkänsla. Om vi vill undvika att falla i alla konsumismens fällor är det dags att genomskåda hur marknadens signaler styr våra liv.

Insatser för att påverka våra konsumtionsmönster i riktning mot ett mer hållbart samhälle står sig ofta slätt mot den enorma satsning som görs av producenterna som vill få oss att köpa mer och mer. För att gå emot konsumtionspressen behöver vi kämpa för rätten att vara olika. Vi måste avstå från den förföriska jämförelsen på prylnivå. Det är en kamp i uppförsbacke mot tendenser som nästan kan sägas ligga i generna. Nu har vi dock fått ett gott skäl att motsätta oss denna konsumtionshysteri. När man på allvar inser de långsiktiga effekterna på miljön kan man lättare undvika att hamna i konsumtionens skamfällor.

Om vi kunde avstå från nya prylar i en oändlig rad skulle det allvarligt hota den existerande ekonomiska ordningen. Marknaden skulle kunna falla samman om vi inte längre reagerade på reklamens alla erbjudanden om självkänsla via prylar. Antagligen är det först då som vi skulle kunna få en seriös diskussion om vad som är värdefullt i samhället. Då kanske vi skulle få chansen att välja saker på ett miljömedvetet sätt.

*

Vi tänker sällan på det men det finns också en *skyddande skam* som fungerar som en väktare av det privata och av relationsgränser i vårt sociala samspel. Denna skam får oss att uppträda anständigt mot andra människor. Den fungerar som ett osynligt elstängsel som ger oss en välbehövlig stöt, en knäpp på näsan, när vi överträder någon annans gränser eller integritet, skriver terapeuten Göran Larsson i boken *Skamfilad*. Resultatet av att inte känna en rimlig form av skam kan bli destruktivt.

De gamla grekerna hade en skammens gudinna, *Aidos*, som var beskyddare av värdighet, respekt och goda seder. Den amerikanske psykoanalytikern Leon Wurmser konstaterar att ”det är inget misstag att man i den grekiska kulturen använde samma namn för skam som för respekt. ... Den skamlösa kulturen är en kultur utan respekt, där idealen nedvärderas och säljs ut.” Han menar att det i dag är en skamlös cynism som anger tonen i vårt samhälle.

Modernitetens frihetsideologi har riktat sig mot de influenser som kan hämma vår personliga utveckling och mycket positivt har hänt. Ord som lydighet, underordning och ärbärdhet känns bara mossiga och fel. Det moderna projektet handlade bland annat om att göra sig fri från begränsande skam. Detta har varit en viktig process, inte minst för kvinnornas vidkommande. Vi har kunnat frigöra oss från sekelgammalt kvinnoförtryck. Också för barnens del har det varit en viktig befrielse. De har sluppit ut ur skamvrån och befriats från kränkande behandling. Jantelagens trista insnävning av människors livsrum är inte heller något man saknar.

Vi lever i en postmodern era där filosoferna har proklamerat ”värdenas död” men vi skördar också de bittra frukterna av en sådan livshållning. Det finns en risk när skammen som civilisationselement, som en ”hemlig polis” helt utrangeras, som den norske filosofen och forskaren Knut Inge Riksen konstaterar. När mänskliga värden som respekten för andras gränser och andras liv slängs ut hamnar vi i ett skamlöshetens bakvatten – det var inte precis vad vi tänkte oss när vi strävade efter frihet.

I vår ambition att göra oss av med den begränsande sociala skammen har vi missat att det finns en sida av skam som har med etik och respekt för andra att göra. I vår ansträngning att befria oss från gammal unken jantelag, har även den skyddande skammen följt med och vi riskerar att hamna i ett ”skamlöst” samhälle.

Hur ska vi ta oss ur detta dilemma? Ordet skam är så negativt laddat att i stället för att tala om ett återupprättande av en skyddande social skam tror jag det är bättre att tala om vikten av *respekt* för andra och för vår livsmiljö. Respekt har en naturlig koppling till mänskliga rättigheter, men respekten gäller inte bara människor utan också den unika planet vi lever på.

Det moderna samhället kombinerar objektifieringen av människan med penninghunger, våld och exploatering av naturen – en trist mix. Kapitalismens essens bygger på att var och en ska se om sitt eget hus. Det gäller att sno åt sig vad man kan. Ekonomismens tidevarv, där vinsten är den enda måttstocken, har gjort såväl människan som naturen till en konsumtionsvara.

Kulturkritiker har under alla olika epoker utmålade den egna tiden som ”skamlös”, men det finns fler korn av sanning i en sådan stämpel när det gäller vår egen tid. Författaren Eric Hoffer skrev redan 1974 i en artikel i New York Times att: ”Vi har utvecklat ett skamlöst samhälle ... och förlusten av skam hotar det civiliserade samhällets överlevnad.” Hans uttalande har i dag fått en alldeles särskild innebörd. Den skyddande skammen är satt på undantag och i stället exploateras skammen för kommersiella syften.

*

Vi har länge levt som om jordens resurser var obegränsade. För första gången utmanas denna grandiosa föreställning kraftfullt. Ska våra barn och barnbarn kunna få ett rimligt liv måste vi ändra livsstil *nu*. Det går inte att skjuta besluten på framtiden.

Många andra kulturer har haft ett helt annat förhållningssätt till naturen än den exploaterande västerländska. Indianhövdingen Seattles budskap från år 1854, när den amerikanska federala regeringen tog över den jord där hans folk levt sedan urminnes tider, är ett gripande dokument — här i en bearbetad version av Ted Perry:

”Hur kan man köpa eller sälja himlen, markens värme?

Varenda del av denna jord är helig för mitt folk. ...

Detta vet vi. Jorden tillhör inte människan; människan tillhör jorden.

Detta vet vi. Allting är sammanlänkat som blodsbanden i en familj, -- allting hör ihop.

Vadhelst som drabbar jorden drabbar jordens söner.

Människan vävde inte livets väv. Hon är blott en tråd i den.

Vadhelst hon gör mot väven, gör hon mot sig själv.

Inte ens den vite mannen kan undgå det gemensamma ödet.”

Nu står den vite mannen öga mot öga med sitt öde, men också alla andra drabbas av excesserna i vår livsstil.

Den kristna föreställningsvärlden har framställt människan som ”naturens herre” och de tio Guds bud som vi vuxit upp med har människan i centrum. På senare år när miljöfrågorna har uppmärksamats har filosofen och patern Ervin Bishofsberger instiftat ett elfte budord:

Handla alltid så att ditt handlande står i överensstämmelse med livets fortbestånd på jorden.

Medan de tio budorden är förankrade i en grannskapsetik behöver vi nu en vidgning av perspektiven till en mer global etik. Man skulle också kunna kalla den för en global omsorgsetik.

Omsorg kommer ur samma ordstam som ”att sörja för”. Omsorg om naturen innebär att respektera och värdera livet i alla dess former, att hushålla med resurser och värna om den biologiska mångfalden. Nu behövs en mer miljövänlig livsstil om vi inte alla ska drabbas av världssorg. Harry Martinsson formulerade detta redan 1971 i dikten *Den stora sorgen*:

Naturens lagar är redan på väg
att ställa oss alla mot väggen.
Den väggen är lag av naturen.
Den saknar evangelium.
Den stora sorgen måste vi alla dela.
Då blir den möjlig att bära.
Den stora sorgen är den stora omsorgen.
Den måste vi alla lära.

Det finns bland alla bör och borde
Ett måste för alla.
Alla måste lära att sörja för världen.

När människan nu fått makt nog
Att ställa till världssorg
Då är tiden inne
Att bota världssorg i tid
Innan all naturen blir
Sorgebarnet för alla.

Detta kallas omsorg i tid.
Den verkliga sorgen
Som i tid ser och inser.

Ur *Dikter om ljus och mörker* (1971)

Marta Cullberg Weston är psykolog, psykoterapeut och författare. Hennes senaste bok *Från skam till självrespekt* utkom 2008 på Natur & Kultur.