

Bøker: Om forbruk og måtehold

//

//]]]]> //]]>

BOKOMTALE: Mens historiker Christine Myrvang ikke kommer «under huden på moderne livsstilsreklame», mangler filosof Henrik Syse systemkritikk, skriver Arne Johan Vetlesen i Prosa.

Av Haakon Flemmen

I [Forbruksagentene](#) forsøker Myrvang å vise hvilke krefter som har formet forbrukersamfunnet. Hun tar blant annet for seg hvordan reklamebransjen allierte seg med psykologivitenskapen fra begynnelsen av 1900-tallet.

Riktignok viser hun, med en historikers sans for grundig dokumentasjon, hvem aktørene som har formet forbrukersamfunnet er, samt hvor kunnskapsbasert og etter hvert tiltakende vitenskapeliggjort moderne reklame og markedsføring er blitt. Likevel er Myrvangs historikerblikk på kreftene som driver kjøpelysten mot stadig nye høyder, for rasjonalistisk til å komme virkelig

under huden på de psykologiske mekanismene som moderne livsstilsreklame i særdeleshet appellerer til.

Vetlesen mener boken vier for lite oppmerksomhet til forbrukerne og deres selvbilde – for eksempel hvordan reklamen de siste tiårenes er blitt mer livsstilsorientert. Når boken legger mest vekt på norske forhold og empiri fra 1920- og 1930-tallet, blir den dessuten provinsiell og tilbakeskuende, hevder han.

[Måtehold i grådighetens](#) har en mer filosofisk tilnærming til spørsmålet om forbruk, men filosof Henrik Syse blir for unnskyldende og selvbebreidende, hevder Vetlesen.

Det er betegnende for Syses tilnærming at straks han har ymtet et kritisk ord om andres atferd, spør seg om han har tolket den galt, og videre om det i stedet er seg selv – for eksempel eget forbruk, egen rikdom – han ergrer seg over. [...] Det boken dermed ikke klarer, eller ikke våger, er å artikulere en kraftfull kritikk av den eksplosjon i (store deler av) privat forbruk som er ett med historien om Norge de siste årene. [...] Syses hyppige «jeg mener ikke å kritisere alle dem som ...» beroliger som intendert. Tenk så mye sterkere hans analyser ville engasjert dersom han hadde droppet ordet «ikke».

Syse mener det er viktigere å se på *sammenhengen* mellom personlig moral og dyptgripende samfunnsendringer – enn å legge hovedvekten på én av disse to tilnærmingene. Det resulterer i «tap av brodd og dybde», skriver Vetlesen.

Vekst og profitt – alltid mer, aldri nok er nok – er iboende trekk i kapitalismen, eller, om man vil, midler som er blitt til mål i seg selv. Den erklærte balansen mellom det personorienterte og det strukturelle gjennomføres ikke: Måtehold i Syses taping er skuffende tamt, langt unna potensialet jeg i dag ser for en politisert dydsetikk.



//

//]]]]> //]]>

Måtehold i grådighetens tid — Henrik Syse



//

//]]]]> //]]>

Forbruksagentene; slik vekket de kjøpeysten — Christine Myrvang