

■ ■ ■ Når halvparten av befolkningen analyseres som materialister, får de mest ressurssterke en mulighet til å heve seg moralsk over resten.

De andres penger



KULTUR
KARL-FREDRIK
TANGEN

Aschehoug forlags nye konsernsjef, Mads Nygaard, kan ikke fordra «folk som ikke skjønner at verden er mer enn penger og materielle ting». Umiddelbart er det lett å si seg enig i at sånne folk er ufordragelige. Men finnes det mange mennesker som i hele sitt vesen over tid betrakter penger og materielle ting som alle tings mål?

Professor i statsvitenskap Ottar Hellevik gir akademisk legitimitet til en slik beskrivelse av mennesker. Som forskningsleder ved analyseinstituttet Synovate har han i et par tiår diagnostisert materialismegraden i det norske samfunnet. «En materialist streber etter mer velstand. Mye vil ha mer, og blir aldri tilfreds,» forteller NTB i 1998 med utgangspunkt i Hellevik. Omtrent 50 prosent av befolkningen beskrives på den måten. Todelingen har så stort gjennomsnitt som Nasjonalbudsjetten 2010 viser til den.

Mot «materialistene» står «idealistene». Statistiske sammenfall burde få det til å ringe en bjelle hos dem som betegnet kategoriene. Blant idealistene finner vi dem med høyest lønn og høyest lån. I Helleviks analyse er det de som støtter utsagn som «jeg kunne godt tenke meg en kjedelig jobb, bare den er godt betalt» som blir materialister. Men har du en kjedelig, dårlig betalt jobb, øker selvfølgelig sjansen for at du ville tatt en kjedelig, godt betalt jobb.

Et spørsmål fra Gallups befolkningsundersøkelse Forbruker & Media kan eksemplifisere hvordan spørsmål om jobb og penger slår ut. De med kort utdanning og lav lønn er mer tilbøyelige til å si seg enige



ERKEMATERIALISTEN. Michael Douglas (til høyre) er tilbake som Gordon Gekko i «Wall Street 2: Money never sleeps» med Shia LaBeouf (til venstre) og Josh Brolin. Foto: 20th Century Fox Norway/ Filmweb

i påstanden «i en valgsituasjon bør arbeidsplasser prioriteres fremfor miljøvern». Ikke så overraskende viser tallene også at folk fra Stovner er mer opptatt av å trykke arbeidsplasser enn folk fra Ullern.

Materialismeutviklingen garanterer presseoppslag når Synovate-undersøkelsen Norsk Monitor slippes med to års mellomrom. De første årene Norsk Monitor ble gjennomført, økte antallet materialister. Men i år forteller Hellevik til Aftenposten at antallet materialister har gått ned i hver undersøkelse fra 2003.

Tallene står i et pussig forhold til praksis. SSBs varekonsumindeks viser stigning nærmest i hele perioden fra 2003, og når den synker, er det finanskrisen, ikke verdiendringer, som ser ut til å slå inn.

Mediene får mye av skylden for de mange materialistene. «Tidligere tiders hemninger mot å avsløre sin velstand gjennom et iøynefallende forbruk, er en saga blott hos den nye rike, og deres (...) overdådige forbruk følges med stor interesse i mange av våre mest utbredte medier,» analyserer Hellevik i 2001.

Denne årsaksforklaringen står seg for det første dårlig i lys av at det ikke er blitt vist frem færre rikinger og mindre forbruk etter 2003. For det andre er det ofte slik at

mennesker med de trekkene som tillegges materialister, gir populærkulturens skurkeroller.

Den filmaktuelle børshaien Gordon Gekko fra Oliver Stones film «Wall Street» er sinnbildet av den materialisten mange elsker å hate: En pengeflytter som røyker eksklusive Davidoff-sigareter.

Finansprofil og Nattopharmasjef Morten Sundstø blir av kolleger omtalt som Norges Gekko, og ser ut til å ville fremstille seg selv offentlig som en slik type. Investeringselskapet hans heter Gordon Gekko, og han uttaler til Økonomisk Rapport at «min drivkraft har jo alltid vært å tjene penger». Men ikke engang for den norske arketyper av en materialist blir penger og ting det eneste livet dreier seg om. I samme artikkel forteller nemlig til Sundstø hadde sjekket opp sin daværende kone med danseferdighetene sine.

Problemet med materialismekategorien er ikke bare at den brukes om feil folk og danner grunnlag for en moralsk kategorisering som passer de ressurssterke. Analytisk sett er det også et problem at materialisten som person ikke finnes utenfor materialistkritikernes forestillingsverden, Synovates spørreskjema og bråkjekke intervju-svar.

Fordi alle må forholde seg til penger og ting, mens moralen

er at «penger ikke er alt», er medienes fortellinger om andres materialisme populære. Fremvisning av de rikes liv og champagneørste realitydeltagere fra Bærum, er kulturelle hjelpemidler for å løse indre konflikter ved å plassere mennesker i moralske hierarkier. Slike fortellinger gir alle en mulighet til å tenke at de i det minste ikke er så materialistiske som materialistene i mediene.

Når materialistene så defineres som dem som svarer «feil» på en spørreundersøkelse, gir det foreleggere, journalister, markedsanalytikere og statsvitere en fortelling som er behagelig for dem selv.

Investering og profit for noen, og lønnsarbeid for mange, er kapitalismens prinsipp. Materialisme, forstått som begjær etter penger, er nødvendig for at prinsippet skal være virksomt. Økt varemengde er prinsippet konsekvens. Den ikke-eksisterende materialisten blir en nyttig figur for dem som vil gi troverdighet til egen moralske posisjon, men er en pappfigur uten interesse for dem som trenger kunnskap for å jobbe med mennesker som forbrukere, velgere og samfunnsmedlemmer.

Karl-Fredrik Tangen er førstelektor ved Markedshøyskolen, Campus Kristiania.

Navn: Morten Holst
Alder: 44
Stilling: Forretningsutvikler VG Multimedia



PÅ NATTBORDET

– Der har jeg en Kindle, slik at altså ligger det i hvert fall 150 bøker der.

– Har du gått bananas i e-bokhandler eller har du lastet ned gratisbøker?

– I og med at jeg jobber i den elektroniske bransjen har jeg kjøpt alt sammen. Stort sett er det jo slik at bøker man ikke synes det er verdt å betale for, synes man heller ikke det er verdt å lese.

– Her kom Nattbordet litt i forsvarsposisjon. Egen e-bokleser har ganske mange klassikere som ikke lenger omfattes av rettigheter.

– Ja, det er noe annet, man kunne benyttet anledningen til å lese noen klassikere. Men så har jeg da også nettopp avsluttet Koranen, fra perm til perm og med noter. En god oversetter er nødt til å begrunne hvorfor man valgte akkurat den betydningen på det ordet og så videre. Det var veldig interessant, men kanskje ikke så symptomatisk for hva jeg pleier å lese.

– Hva pleier du å lese?

– Jeg er en hund etter science fiction.

– Nattbordet siterer ofte en av sine egne intervjuobjekter: «Science fiction er min krim».

– Det er godt sagt. Jeg trykket det kanskje særlig til mitt hjerte da jeg leste at lesere av science fiction er mer åpne og klare for endringer. Det er mitt alibi.

– På sitt beste gir science fiction en mulighet til å behandle ideer, til å forestille seg samfunn under andre parametre.

– Jeg er helt enig. Mange tror det først og fremst er kabbai og indianer med laserpistoler, det kan være gøy det også, men er ikke det viktigste. Jeg er nettopp ferdig med «Hyperion»-serien til Dan Simmons.

– Der Vatikanet har sin egen planet!

– Ja, he, he, det ser kanskje ut til å være et mønster i lesingen min her.

– Siste papirbok?

– Den siste cellulosebaserte boken jeg leste er skrevet av min kones tante, Lillian Wirak, der hun tar utgangspunkt i sin egen slektshistorie. Godt å bli påminnet om at så sent som på 1850-tallet var man så helt avhengig av været.

■ E-post: etterbors@dn.no Kontaktpersoner: Trygve Aas Olsen trygve.aas.olsen@dn.no og Espen Hauglid espen.hauglid@dn.no

■ DN betinger seg retten til å lagre og utgi alt stoff i elektronisk form, også gjennom samarbeidspartnere, og til å forkorte innlegg.

■ Bidrag som ikke er bestilt, honoreres ikke. Hovedinnlegg/kronikk: Maks 4000 tegn (cirka 700 ord). Underinnlegg/replikke: Maks 1000 tegn (cirka 200 ord).

DagensNæringsliv Sentralbord 22 00 10 00

Kundeservice 815 11 815

Annonse 22 00 10 75

Dagens Næringsliv
Christian Krohgs gate 16,
Postboks 1182 Sentrum,
0107 Oslo

REDAKSJONEN etter kl. 16.30

Desken: 22 00 13 30

Etter Børs: 22 00 13 55

Feature: 22 00 13 51

Finans: 22 00 13 64

Foto: 22 00 13 07

Livsstil: 22 00 13 73

Nyhetsjef: 24 10 14 30

Næringsliv/IT: 22 00 13 64

Politikk/økonomi: 22 00 13 93

Utenriks: 22 00 13 65

REDAKSJONER UTENFOR OSLO

Kristiansand: 38 07 13 00

Stavanger: 51 85 81 11/13

Trondheim: 73 80 89 20

Tromsø: 77 66 56 65

REDAKSJONER I UTENLANDS

Brussel: +32 47 3510 842

Bangkok: +66 7622 5970

TELEFAKS OSLO

Abonnement: 22 00 10 60

Administrasjonen: 22 00 10 10

Annonse: 22 00 10 70

Løssalg: 22 00 10 30

Redaksjonen: 22 00 11 10

TELEFAKS UTENLANDS

Bangkok: +66 762 34580

TELEFAKS UTENFOR OSLO

Bergen: 55 31 65 92

Kristiansand: 38 07 08 30

Stavanger: 51 85 81 10

Trondheim: 73 80 89 02

Tromsø: 77 66 56 78

E-POST

annonse@dn.no

kundeservice@dn.no

redaksjonen@dn.no

www.dnavis.no