

Tibor Scitovsky: The Joyless Economy: An Inquiry into Human Satisfaction and Consumer Dissatisfaction

Oxford University Press, 1976

I inledningen till "The Joyless Economy" berättar Tibor Scitovsky om hur kollegor inom det nationalekonomiska etablissemanget i USA tog hans planer på att granska den nationalekonomiska konsumentteorin utifrån psykologiska utgångspunkter som ett tecken på begynnande hjärnuppmykning, och hur de medlidsamt försökte råda honom att lämna ämnet. Forskningsfönderna stängde sina dörrar, och motståndet var kompakt från ekonomer av alla slag. Boken har också blivit mycket omdiskuterad sedan den kom ut.

Den är nämligen starkt kontroversiell. Scitovsky – tidigare själv en av förgrundsfigurerna inom välfärdsteorin – lämnar här den etablerade skolan och går i stället till ett brett upplagt angrepp mot en av den neoklassiska teorins själva grundpelare, närmare bestämt teorin om den rationella nyttomaximerande konsumenten som väger marginalnyttor mot marginella utgifter med datormässig

snabbhet och exakthet och vars nyttoin-täkter oavbrutet stiger med köpkraften. Enligt denna teori borde rimligtvis konsumenterna i USA – som ju är ett av de rikaste länderna i världen – vara mer nöjda med sin tillvaro än de flesta andra. Men statistiska undersökningar visar att så inte är fallet. Européerna lever ett minst lika lyckligt liv, och amerikanerna själva har inte ökat sin lycka under efterkrigstiden trots stigande inkomster. I själva verket, hävdar Scitovsky, har den ökande materiella välfärden i USA i flera viktiga avseenden medfört ett fattigare liv.

Scitovsky ställer sig nu uppgiften att reda ut orsakerna till detta. För att kunna göra det måste han emellertid också lägga grunden till en helt ny teori om konsumenttillfredsställelse. Boken är följaktligen uppdelad i två delar; en där författaren försöker skapa denna nya teori, och en i vilken teorin tillämpas på "the American Way of Life". Resultatet

har blivit en bok, som visserligen är av mycket ojämn kvalitet — vilket är naturligt med tanke på uppgiftens omfång och art —, men som roar, provocerar och väcker nya tankar från den första sidan till den sista.

Till att börja med kritiserar Scitovsky den traditionella ekonomiska teorin för att den behandlar ett alltför snävt område. Ekonomerna sysslar bara med en liten del av det mänskliga livet, och ekonomiska mått som bruttonationalproduktens storlek och tillväxttakt säger därför inte speciellt mycket om ett samhälles välfärd. Man kan därför inte heller basera en välfärdsteori eller utsagor om graden av konsumenternas rationalitet enbart på grundval av hur deras preferenser "avslöjas" på marknaden. Vidare är det ensidigt att — som ekonomerna — se arbetet bara som ett nödvändigt ont som individen underkastar sig endast för att få resurser till sin nyttomaximering. En sådan syn glömmer den tillfredsställelse som ett stimulerande arbete självt kan skapa och bidrar till att arbetets villkor och innehåll negligeras. Den ekonomiska teorin blir därigenom själv, just på grund av denna begränsning, ett hinder för ökad välfärd.

Själva konsumentteorin är dessutom i sak felaktig, hävdar Scitovsky. Den kan tex med sina idéer om konsumentens rationalitet (konsumenten planerar sina inköp så att nyttan av den sista kronan är lika stor för varje utgiftsändamål) inte förklara sådana saker som fattiga människors vana att ordna stora festmåltider vid speciella högtider, även då detta medfört perioder av svält mellan matorgierna. Den kan heller inte förklara varför människornas lycka inte stiger med samhällets inkomstnivå.

Orsaken är att konsumentteorins "nytta" är ett alltför trubbigt begrepp, som inte tar hänsyn till att det finns *olika* typer av nytta, som härstammar från olika behov och olika typer av behovstillfredsställelse. För att klara ut detta behöver den ekonomiska teorin kompletteras med psykologernas mer utvecklade (och dessutom experimentellt belagda) teorier om mänskliga behov. Centralt

här är människans behov dels av bekvämlighet ("comfort"), dels av glädje ("pleasure"), och sambanden mellan de olika typer av nytta som de båda typerna av behovstillfredsställelse ger. Särskilt gäller att "alltför mycket bekvämlighet kan utesluta glädje. Detta antagande kan bidra till en förklaring av det utbredda missnöjet med vår levnadsstandard" (s 62).

Bekvämlighetsupplevelsen hänger nämligen samman med ett jämviktsläge, kännetecknat bl a av att grundläggande biologiska behov är tillfredsställda. Upplevelsen av glädjen, däremot, hänger samman med *förändringar*, med att vi närmar oss jämviktsläget samt med stimulans och nya upplevelser. Full tillfredsställelse av bekvämlighetskravet kan därmed omöjliggöra glädjen.

Enligt Scitovsky har USAs rikedom och ekonomiska utveckling främst inriktats på att skapa ett övermått av bekvämlighet, på bekostnad av glädjen och till priset av ett mer monotont och nedslitande arbete. Orsakerna är dels ekonomiska: massproduktionen av de varor och tjänster, som tillfredsställer bekvämlighetskraven, skapar ofta negativa externa effekter (som föroreningar), medan de som tillfredsställer behoven av glädje och stimulans ofta medför positiva externa effekter (min stimulans kommer ofta även andra tillgodo, om inte annat så bara genom min mer spirituella konversation). Marknadsekonomin oförmåga att avspegla dessa effekter via prisystemet leder till att det produceras mer "bekvämlighetsvaror" och mindre "stimulansvaror" än vad som är samhällsekonomiskt optimalt. Men det ligger också historiska och sociologiska faktorer bakom, som tex Förenta Staternas puritanska arv vilket hyllar hårt arbete i vinst- och inkomstsyfte och ser ned på alla aktiviteter som tar tid från detta.

Följden har blivit att amerikanerna lever ett bekvämt men tråkigt liv, fattigt på stimulans jämfört med européernas materiellt fattigare men ändå (eller just därför) glädjrikare liv. I andra delen av boken gör Scitovsky en sådan jämförelse, understödd av en trumeld av statistik för

allt från blomsterinköp till kafébesök. Resultatet har blivit en högst underhållande läsning som dessemellan också är klart tankeväckande.

Scitovsky tecknar en sataniskt elak bild av den amerikanske konsumenten, som sliter ut sig på sitt jobb i en allt snabbare kapplöpning mot högre produktivitet, men som sedan inte har en aning om hur han ska kunna använda sin ökade fritid och sin höga inkomst till en konsumtion som kan göra honom lycklig. Sövd av bekvämligheter kan han inte längre tillfredsställa sina behov av kontraster och stimulanser. Resultatet blir vad bokens titel anger: en "joyless economy". Detta till skillnad från de kultiverade européerna, som trots sina lägre inkomster anser sig ha råd att köpa mer blommor för att själva dekorera sina hem, ta längre semestrar, gå på teater, besöka kaféer, laga bättre mat och – framför allt – umgås med varandra.

De förslöade och okultiverade amerikanerna, däremot, tillbringar större delen av sin tid framför TVn – trots att en stor del av dem känner sig konstant uttråkade av vad som där bjuds; vid matbordet – där de äter för mycket (av mat som dessutom redan är färdigtuggad) med fetma och allmän ohälsa som följd; eller i sin bil – som är försedd med servostyrning, automatväxel, elektriska fönsterhissar och andra manicker, som onödiggör alltför mycket tänkande även där. De flyttar mycket, men förmår inte ta vara på den stimulans som ges av tillfället att inreda ett nytt hem – eftersom de överlåter det bekymret åt inredningsarkitekter. Inte ens på semesterresorna förmår de göra något på egen hand, utan föredrar färdigförpackade resor, där researrangören redan klarat av alla beslut på förhand. De kan inte föra en intellektuellt stimulerande konversation, på grund av bristen på träning: den gamla humanistiska bildningen har bytts ut mot specialistinriktad yrkesutbildning i trånga fack, vilket försvårar kontakter över yrkesgränserna, och dessutom tillbringar de större delen av sin tid ensamma, även på arbetet (50% mer än européerna). Inte ens på barer eller ka-

féer förmår man umgås; för amerikanerna är sådana inrättningar bara till för tankning, medan de för européerna i första hand är till för social kontakt. Ja, amerikanerna är tom så barbariska att de kan tänka sig att – ve och fasa! – gå på operapremiär utan att klä upp sig i gala!

Det är klart att man kan uttrycka sin skepsis över den vetenskapliga stringensen i Scitovskys analys – som när han försöker förklara en del av skillnaderna mellan européer och amerikaner med skillnader i "nationalkaraktär", eller vad gäller det relevanta i att jämföra sådana väldiga aggregat som "amerikaner" och "européer". Inte desto mindre kan man med stor behållning läsa boken som ett debattinlägg och en varning mot en livsstil, som vi förknippar med "the American Way of Life" och som håller på att breda ut sig även här; därmed också sagt att bokens positiva bidrag är att den kan få oss att aktivt fundera över hur vi kan förbättra våra konsumtionsvanor. Något epokgörande bidrag till en ny konsument- eller välfärdsteori – eller ens något allvarligare grundskott mot den neoklassiska traditionen – är den däremot inte.

Orsaken är att Scitovsky – förbluffande nog, med tanke på hans bakgrund – intar en alltför snäv uppfattning om vad neoklassisk teori egentligen stipulerar om individens maximeringsbeteende. Han tycks tro att den fortfarande enbart behandlar sådan konsumenttillfredsställelse som erhålles från marknadsutbyte av pengar för varor – i alla fall är det så han presenterar ekonomernas syn (på sid 81) – och inte har kommit längre än till att sätta upp villkor för hur marginalnytorna skall förhålla sig till priserna. Han bortser m a o helt från alla andra möjliga områden, på vilka ekonomernas metoder och maximeringsantaganden kan användas – områden som de också i alltmer ökande omfattning *faktiskt används på!* Man behöver bara öppna en enda av alla de vetenskapliga ekonomiska tidskrifter, som idag sköljer över oss, för att upptäcka att mikroteorin, inklusive teorin om den nyttomaximerande konsumenten,

idag används för att analysera frågeställningar inom praktiskt taget alla områden som berör mänskligt liv – och då ofta med de typer av utvidgningar som Scitovsky efterlyser. Man kan ha delade meningar om värdet av dessa analyser. Ovedersägligt är emellertid att det finns gott om nya seriösa användningsområden för mikroteorin, som tex försöken att skapa en teori för intresseorganisationer och förvaltningar och att använda välfärdsteoretiska kriterier för den offentliga sektorns agerande. Och givet att tiden har en alternativkostnad, kan mycket av den problematik rörande individens maximeringsbeteende, som Scitovsky hävdar saknas i den ekonomiska teorin, ganska enkelt inkorporeras i denna. Det finns också flera som försökt använda en sådan utvidgad traditonell

teori för att belysa hur individer beslutar om allokering av sin tid på olika (icke inkomstbringande) fritidsaktiviteter; en hel teori om klubbar och föreningar, som försöker förklara varför, hur och i vilken utsträckning individer söker social samvaro med andra, håller för närvarande på att växa upp – tydligen bakom Scitovskys rygg.

Scitovskys försök att slå en brygga mellan psykologi och nationalekonomi måste ändå lovordas. Att han därvid givit en något skev och förenklad bild av den neoklassiska konsumentteorins möjligheter får inte skymma det faktum att han åstadkommit en mycket läsvärd bok. Man frågar sig verkligen varför den inte blivit översatt.

Civilekonom *Klas Eklund*
Handelshögskolan i Stockholm