

Moral och metafor: konsumtionens mening

RICHARD WILK är professor och ämnesföreträdare i antropologi vid Indiana University. Han har utfört etnografisk forskning i Belize, Västafrika och i USA med en inriktning på konsumtionsvaror, utveckling, miljö och moderna media. Nyligen har han startat en serie nya böcker på temat globalisering och miljö med Altamira Press i Kalifornien.



Ui tror oss alla veta vad konsumtion är – frågan om något är konsumtion eller inte leder sällan till några diskussioner, men ju mer man försöker att definiera begreppet, desto suddigare blir det. Jag påbörjade den här undersökningen för att bättre klara ut vad konsumtionen betyder, men i den processen konfronterades jag med en annan fråga, nämligen att konsumtion underförstått är knutet till alla möjliga moraliska förhandsuppfattningar, så att alla konsumtionsdefinitioner inkluderar moraliska positioneringar i fråga om vad som anses vara bra eller dåligt. Mitt mål med den här artikeln är dock inte att försöka sära på diskussionen om moral, respektive konsumtion – det tror jag inte är möjligt – utan att vara så tydlig som möjligt med var moralen kommer in.

För det ändamålet har jag använt verktyg från kognitiv lingvistik, en relativt ny disciplin som skär över de traditionella disciplinerna lingvistik, kognitionsvetenskap, matematik och filosofi (Lakoff och Johnson 1980, Lakoff 1987 och 1996). De klassiska teorierna inom språk och grammatik lär oss att världen är uppbyggd av välaggränsade enheter och begrepp som "stolar" eller "bollar", vilka alla delar en viss uppsättning av egenskaper. Kategorin bestäms av listan över minimalt delade egenskaper, t.ex. fyra ben och ett ryggstöd. Kognitiv lingvistik säger istället att begrepp och kategorier typiskt är komplexa, ofta suddiga och utan klara gränser eller någon uppsättning karakteristika som återkommer hos alla exemplar. Istället har kategorin ett prototypiskt objekt eller en handling i mitten – en idealtypisk stol t.ex. Andra medlemmar i begrepps familjen kan vara mer eller mindre centralt placerade, mer eller mindre "stoliga", så att medlemskapet blir en fråga om mer eller mindre,

snarare än antingen eller. Begreppsfamiljer har ofta en radiell struktur, med prototypen i mitten och de övriga medlemmarna relaterade till den genom olika placering runt omkring. Alla medlemmar av en klass binds samman genom sitt förhållande just till själva prototypen, inte genom någon genomgående likhet hos alla exemplaren. I somliga fall kan exemplar av kategorin ha en koppling till den centrala prototypen som är metaforisk.

Enligt den kognitiva lingvistikens är

kategorierna inbördes förbundna på många sätt. Den mest uppenbara och mest studerade relationen är hierarkier och andra typologier, som i fallet med pal-len som är en sorts stol, eller sitsen som är en del av stolen. Dessa exempel tycker Lakoff är lite triviala dock. Den viktigaste nyckeln till förståelsen av relationen mellan begrepp är det grundläggande sätt på vilket hjärnan fungerar genom metaforiska länkar mellan kategorier. Det typiska är att vi med hjälp av metaforer överför

abstrakta begrepp och kategorier till mer konkreta och fysiskt tillgängliga kategorier.

Lakoff säger att grundläggande begrepp ofta bygger direkt på kroppsliga erfarenheter som alla mänskliga varelser delar som smärta eller hunger. Dessutom finns hundratal *primära metaforer* som vi använder både att resonera med och handla med ledning av, som också är grundade i vanliga vardagsupplevelser, ibland så vanliga att de spontant ger upphov till samma metaforer i olika delar av världen. Exempelen omfattar *Begär är hunger* och *Vreden är het*. Det finns också begreppsliga metaforer som är kulturspecifika.

I boken *Moral Politics* visar Lakoff att det kan finnas inbördes stridande och konkurrerande metaforiska system inom en och samma kultur (Lakoff 1996). Amerikanska konservativa ser staten som en *sträng fader*, medan liberaler mer sannolikt ser det politiska systemet i rollen av en *omvårdande förälder*. De konkurrerande systemen av metaforer präglar och ordnar påtagligt olika förebilder för moraliskt beteende, könsroller, attityder ifråga om dödsstraffet osv. Så dessa metaforer har verklig makt: de hjälper människor att visualisera, förenkla och bedöma komplicerade situationer och att välja handlingsvägar som står i överensstämmelse med deras djupaste övertygelse om föräldraskap eller auktoritet. Följden är att människor som möter nya problem och frågeställningar tenderar att använda metaforer som är gamla och väl etablerade. Nya sätt att handla måste bygga på nya metaforiska länkar och det är också därför som så mycket av debatt och argumentation, både privat och offentligt är så rik på visuella framställningar och prototypiska scenerier.

I vardaglig amerikansk-engelska är *konsumtion* vad Lakoff kallar en radial kategori, med en prototyp i centrum och med medlemmarna av kategorin tillhöriga på basis av sin relation till prototypen snarare än genom någon uppsättning enhetliga egenskaper som delas av alla exemplar. Sålunda är t.ex. att hänga en tavla på väggen, att ligga och sola på stranden och att spola toaletten alla gångbara exempel på konsumtion, men det är annars omöjligt att se hur de liknar varandra alls (och många forskare har ansträngt sig att formulera en definition av konsumtionen som fångar de gemensamma dragen). De är inbördes förbundna enbart genom sitt metaforiska samband med prototypen.

Konsumtion är också en fråga om mer eller mindre, inte antingen eller. Somliga saker verkar slå oss som bättre exempel på konsumtion, än andra. Tänk på att bränna en hög med löv, mot att lägga samma löv på komposten. Att elda upp löven ter sig mer konsumtionsaktigt än att kompostera, precis som att shopping är mer konsumtionsliknande än att sitta i bilen och lyssna på radion.

KONSUMTION ÄR ELD

Det som gör olika disparata aktiviteter till konsumtion är deras metaforiska relation till den prototypiska handlingen av att *äta*. Att äta och att konsumera är också inbördes sammankopplat genom den gemensamma metaforiska relationen till eld, handlingen att bränna upp något. Förbränna är historiskt sett den äldsta betydelsen av verbet konsumera, till skrivet prästen Wyclif år 1382 i en biblisk passage där ett offer sägs *with fier shall be consumed*. Vissa andra exempel av att förbränna, förstöra, slösa bort eller få att

försvinna tillämpades också på konsumtion som kategori. Att bränna upp är fortfarande en kraftfull metafor för konsumtion.

Folk har *pengar att bränna*

Förmögenheter *går upp i rök*

Som en naturkraft (ibland övernaturlig) ger inte eld-metaforer människan någon central roll i konsumtionen. Elden konsumerar det man när den med, den dör om den inte närs och om man släpper den lös kan den förbruka allt i sin väg, den har sin egen vilja och vi är ofta hjälplösa inför den. Metaforen *Konsumtion är Eld* säger oss att människor konsumerar det som är dem givet; de rika konsumerar mer än de fattiga därför att de har mer bränsle. Men under 1900-talet började människor tro att konsumtionen var en fråga om individuell lust och att konsumtionen inte var någon naturkraft som elden, utan istället stod under medvetandets kontroll och uttryckte den viljemässiga kärnan hos en viss person. Genom att gestalta konsumtion som att äta, placeras människan i centrum, med ekonomins opersonliga krafter och naturen som levererar bränslet och ombesörjer tillvaratagandet av avfallet.

KONSUMTION ÄR ÄTANDE

Att äta är en komplex prototyp som bygger på vanliga mänskliga kroppsliga erfarenheter. Snarare än att ses som en enda handling, delas ätandet gärna upp i stadier som en del av ett prototypiskt scenario.

Hunger–Samla och tillreda–Tugga och svalja–Smälta–Utsöndra

I scenariot leds en substans genom en person och detta flöde länkar samman de olika händelserna till föreställningen om en enda process, med början, mitt och slut. Det är viktigt att lägga märke till att denna föreställning om en process i sig inte utgör någon naturlig och given kategori, många av leden och sätten att avgränsa dem är kulturspecifika och godtyckliga.

Med ätandet som prototyp, kommer en handling att framstå som äkta konsumtion ju mer den liknar ätande. Det är därför som musiklyssnande verkar vara mindre som verklig konsumtion, än att bränna bensin när vi kör bil. Metaforen *konsumtion är ätande* säger oss att när vi konsumerar något så ska det leda till en förbrukning och att återstoden är avfall. Men när vi lyssnat klart och konsumerat musiken försvinner den inte och många människor kan lyssna till samma låtar samtidigt, fastän metaforen att konsumtion är ätande säger oss att två människor inte kan förträta samma matbit, eller att "man inte kan äta kakan och ha den kvar". Olika uttryck i konsumtionens vokabulär utnyttjar direkt metaforen att konsumtion är som när vi äter föda.

Hon sög på varje upplevelse

Jag har fått smak för pälsar

Shopping åt upp våra besparingar

Jag hungrar alltid efter nya erfarenheter

Tack vare kraften i *Konsumtion är Ätande*-metaforen associerar vi den allmänna upplevelsen av att konsumera med den fysiska upplevelsen av att äta. Om man inte kan få tillräckligt med mat blir man ständigt hungrig och känner ett gnagande

behov. Vi visualiserar konsumtionen på samma vis som driven av ett begär precis som hunger, som bara kan tillfredsställas genom konsumtion, fast inte så mycket att vi storknar (Belk, Ger & Askegaard 1996).

På samma vis överförs den kroppsliga erfarenheten av att vara mätt, full av mat, avslappnad och däst på olika konsumtionshandlingar, så att det verkar rimligt

att en rejäl shoppingtur borde tillfredsställa våra behov ett tag, göra oss belåtna och nöjda och inte längre i behov av mer konsumtion.

I *Överflödets samhälle* sa Galbraith en gång att så fort varje amerikansk familj fått sitt lilla hus, en bil och några enklare apparater, skulle deras behov vara fyllda en gång för alla (Galbraith 1985). Folk skulle inte längre behöva några varor och skulle

istället söka tillfredsställelse genom mer fritid, genom att odla hobbies och utveckla sig själva, och genom att tillbringa mer social tid med vänner och familj. Han insåg inte att också efter den mest överdådiga måltid så blir människor ändå hungriga igen. Men innebörden att konsumtionen tillfredsställer ett behov och bör kunna mätta aptiten visar sig i många av konsumtionens metaforer.

Din garderob är redan full, varför vill du ha mer?

En enda kappa är allt jag behöver.

Jag brukar frossa i skor om vårarna

Han hade svårt mer än han kunde få ner den här gången

Ordnad konsumtion är som att äta en måltid. Vi har ett behov, vi hittar något som kan stilla behovet, köper det, använder det och när det förlorat sitt värde slänger vi det som skräp eller utsöndrar det som avföring. När vi har ett behov är vi ängsliga och olustiga; vi njuter jakten och inköpet, vi blir tillfredsställda och sedan vill vi helst inte tala om det som blir över. Den prototypiska sekvensen av modern konsumtion är baserad på den metaforiska bilden av att få tag i mat och förtära den. Sekvensen av *begär-gå och handla-betala-förbruka-kasta* är en klar analogi för sekvensen av att söka efter föda och att äta, vilket leder till en serie av ekivalenser.

Begär är hunger

Shopping är att gå på jakt

Ett lyckat köp är ett kap

Att använda är att äta upp

Att kasta avfall är att skita

Många uttryck härleder sig från de olika stadierna i metaforen *Konsumtion är att äta*.

Den fina skjortan fick mig att gå som katten kring het gröt

Jag *håvade* in tre tröjor på rean

Dom där ringarna är så snygga att man kunde *äta upp dom*

Jag älskar att *jaga* extrapriser

Vilket *slöseri* med ett par fina byxor

Underförstått är shopping som jakt, spännande och utmanande, t.o.m. litet farligt. Att känna ett behov av något är rena eländet och tortyren. Att göra ett bra köp är tillfredsställande. Att använda objektet är vanligen mer prosaiskt – ibland som en liten belöning, andra gånger en simpel nödvändighet eller en stor besvikelse. Och avfallet ska vi tala tyst om.

PATOLOGI

Konsumtionens åkommor och moraliska fallgropar har sina metaforiska motsvarigheter i ätandets sjukdomar. Somliga av oss blir frossare, lider av en okontrollerbar drift att äta mer, fast vi vet att det inte är bra för oss. Likställandet av frosseri och rikedom är tydlig i alla klassiska illustrationer av de giriga rika, framställda som feta. De lever av rikets överflöd, uppslukar resurser, suger blod medan grädden de skummat av andras arbete hamnar i deras

sprängfyllda tunnor. Det moraliska misslyckande som ligger i snålhet och gnidighet är detsamma som i frosseriet och vi tenderar att behandla båda med samma avsmak.

Men i Amerika av idag är det, när allt kommer omkring, inte längre en dödsynd att vara fet, eftersom trettio procent av amerikanerna är kliniskt feta och över sjuttio procent är överviktiga. En glupande aptit är nu en förståelig svaghet, som att ge efter för en fullständigt normal lust, frestelsen av den syndiga maten. Det är t.o.m. lite sött att vara rund (även om det dödar tusentals varje år). Vi ser samma ambivalens mot de rika. Å ena sidan är de giriga och stoppar i sig mer än de behöver, men i Amerika är detta inte längre vare sig särskilt syndigt eller ont.

Beträffande den andra extremen, likställs fattigdom med svält så ofta att uttrycket *fattig och hungrig* blivit en kliché. Svältande människor går ständigt hungriga, besatta av mat, och får de en chans att äta rejält, kan de stoppa i sig till de blir sjuka. Eftersom fattigdom, brist på konsumtion, likställs med svält, förväntar vi oss att de fattiga lever med en känsla av avsaknad. De borde vara besatta av det välstånd och de varor de inte kan få, och i den mån de erbjuds pengar är det troligt att de tappar kontrollen och ger sig hän utan en tanke på konsekvenserna.

VARFÖR BEKYMRA SIG?

Det är inte så svårt att se varför många kritiker av den globala ekonomin använder metaforer på temat *eld* och *ätande*, när de diskuterar konsumtionen. Att säga att resurser äts upp, att konsumismen slukar resurser som ett flammande bål eller ett hungrigt djur ger visuell kraft åt budskap

om tillståndet på den här planeten. Men dessa metaforer fördunklar och förvirrar också många nyckelfrågor kring konsumtionskulturen. Även om vissa aspekter av konsumtionen verkligen är som att äta eller bränna upp, så finns det många sätt att konsumera som är helt annorlunda.

Jag har redan berört ett uppenbart exempel. Med mat kan man verkligen inte äta kakan och samtidigt ha den kvar – när man konsumerar förstörs den ursprungliga substansen och värdet förloras oåterkalleligen. Många konsumtionsvaror är på det viset; under det senaste seklet har marknadsförare träget arbetat på att skapa produkter med kort livslängd, men det finns ändå många outslitliga prylar som kan lagas, förbättras, trimmas och t.o.m. föras vidare till nästa generation. Tänk på guldsmycken, golfklubbor, flugfiskespön, ekmöbler, seriesamlingar, böcker och porslin. Vi kan dela en sång, en promenad i naturen, en kväll med en DVD-film för tionde gången; i alla exemplen så ökar, inte minskar, vårt nöje när det delas med andra, ingenting har förstörts, utsöndrats eller bränts upp.

Metaforer på temat att äta eller att förbränna säger oss att det oundvikliga resultatet av konsumtionen är aska och avfall av litet eller inget värde, illaluktande och smutsigt. I själva verket finns det en del slag av konsumtion som faktiskt höjer värdet på saker; Grant McCrackens diskussion av patina går ut på just det (McCracken 1988).¹ Jag har köpt mitt hus på marknaden och jag har konsumerat det i stort sett som jag konsumerat min bil, eller min tv-apparat, men mitt hus är mycket mer värdefullt nu än det var innan. Den CD-skiva som jag lyssnar på en gång och tar tillbaka till butiken är omöjlig att skilja från en som är splitterny. Mitt lyssnande gör ingen fysisk skada och det finns

inget spill eller några rester. Att lyssna till mer och mer musik är inte frosseri; min hjärna sväller inte upp och blir fet.

Metaforen *begär är hunger* är särskilt missledande. Varenda skildring av Cortes erövring av Mexiko säger att han drevs av en omätlig hunger (eller osläcklig törst) efter guld. Med vad förklarar detta egentligen? Girighet är inte som hunger i ett flertal avseenden. Metaforen får det att se ut som om girighet är en naturlig impuls som spårat ur, fastän det inte finns någon biologisk bas för den. Girighet är mycket mer komplex än vad metaforen tillåter och betingad av historiska omständigheter – Cortes girighet efter guld drevs av ett intensivt begär efter adlig status och privilegier, en bekräftelse av blått blod, inte

precis det som driver Bill Gates. Att bunta ihop alla olika motiv för att samla på sig varor och resurser till "girighet" är enkelt, men det är inte särskilt upplysande. Det antyder också att alla former av ackumulation är produkter av girighet, vilket knappast gör rättvisa åt den mängd motiv som är drivkraften bakom både offentligt och privat samlande (Belk 2001).

Metaforer har en särskild styrka i fråga om att tysta vanliga iakttagelser som motsäger den grundläggande metaforiska strukturen. Tänk t.ex. på idén att konsumtion är en form av fritid som ger njutning, precis som en god måltid. Det är därför som en ökning av konsumtionen är ett slags framsteg, alla kommer att äta sig mätta och därför bli lyckliga! Föreställ-

ningen att riklig konsumtion bringar njutning är djupt rotad i många puritanska uppgörelser med konsumtionskulturen, eftersom för mycket av det goda korrumpierar och leder till moraliskt förfall. Men är all konsumtion verkligen avspänd och tillfredsställande? De flesta människor som jag känner tycker att de vardagliga konsumtionsaktiviteterna är både ett slit och en pålaga, något man avkrävs, inte något man avnjuter. En hel del av konsumtionen är i själva verket arbete, inte fritid. I dessa dagar när man kan köpa vilka konsumtionsvaror som helst, tillbringar jag timmar med att skruva samman, läsa instruktioner och försöka fundera ut hur de ska kunna fungera ordentligt. Forskare har tvingats tillgripa konstruktioner som "produktiv konsumtion" och "konsumerande produktion", för att göra rättvisa åt detta, men problemet finns enbart på grund av den makt över tanken som ligger i metaforen *konsumtion är att äta*. I den verkliga världen finns det inga solklara gränser mellan konsumtion och produktion eller arbete och fritid.

En följd av alla dessa problem med konsumtionens nyckelmetaforer är det sätt på vilket de tenderar att framställa konsumtionsfrågor som att helt enkelt gälla mer eller mindre, enkla kvantiteter. De flesta som ägnar sig åt att studera konsumtionens varierande miljöeffekter vet att vilken sorts konsumtion det gäller oftast är mycket viktigare, än det förenklad hur mycket som konsumeras. Det är inte en fråga om mer eller mindre kött förädlad ur spannmål, t.ex., utan om att ersätta energi och vattenslukande kött med andra sorters protein. Ofta kan små förändringar av det slag av ting som konsumeras ha enorma miljöeffekter, t.ex. att byta till ekologiskt odlat kaffe. Lösningen på dessa problem är inte att sluta använda metaforer. Före-

ställningen om fullständigt objektivvetenskap ifråga om konsumtion är en fåfäng illusion eftersom metaforer är en väsentlig del av vår kognition (Lakoff & Johnson 1999). Det finns goda skäl till att våra tankar om konsumtionen är förkroppsligade, grundade i fysisk och praktisk erfarenhet, men det finns ingen anledning att fortsätta med samma gamla kroppsmetaforer för beteenden som, precis som konsumtion, är i ett desperat behov av förändring.

Översättning Magnus Mörck

NOT

- ¹ McCracken diskuterar patina som en särskild typ av värde, skild från andra slag av värde som t.ex. status, pris eller användbarhet. Patina kan bara uppstå genom spår av slitage och åldrande, synliga bevis på ett gammalt ursprung (ö.a.).

LITTERATUR

- Belk, Russell W., 1983. "Worldly Possessions. Issues and Criticisms." I: *Advances in Consumer Research* 10:514-519.
- Belk, Russel W., 2001. *Collection in a Consumer Society*. London: Routledge.
- Belk, Russel W.; Ger, Guliz & Askegaard, Sören 1997. "Consumer Desires in Three Cultures: Results from Projective Research." I: Brucks, M & MacInnis D. (eds.), *Advances in Consumer Research*, vol. XXIV, Provo, UT: Association for Consumer Research 24-28.
- Galbraith, John Kenneth, 1985. *The Affluent Society*. London: Andre Deutsch.
- Lakoff, George & Johnson, Mark, 1980. *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press.
- Lakoff, George, 1987. *Women, Fire, and Dangerous Things: What Categories Reveal about the Mind*. Chicago: Chicago University Press.
- Lakoff, George, 1996. *Moral Politics*. Chicago: University of Chicago Press.
- McCracken, Grant, 1988. *Culture and Consumption*. Bloomington: Indiana University Press.

SUMMARY*Morals and Metaphors:
The Meaning of Consumption*

Most studies of consumption have two things in common; they do not define consumption in any concise way, and they incorporate moral values about consumption. Are these two phenomena related to each other? The very meaning and content of the term "consumption" is elusive, despite many attempts at definition and specification. Recent research in cognitive linguistics by George

Lakoff and others shows why consumption is such a fuzzy category, and why consumption and moral issues are always related to each other. I briefly demonstrate that 'burning' and 'eating' are the two prototypical acts of consumption, to which all other forms of consumption are metaphorically linked. By exploring the structure of the concept of consumption, and the central metaphors that link its meanings together, we can better grasp our elusive topic. More importantly, we can also avoid some of the pitfalls that so often occur in the social sciences when we use folk-categories as if they were empirical and universal.