



Julen er over, og det ble mange gaver i år også. Bør jeg skamme meg, spør høyskolelektor Mattias Øhra.

GAVEFLOM: Gaven under treet kan romme en symbolsk mening gjennom at den formidler relasjonelle verdier som ikke kan realiseres direkte eller uttrykkes med ord.

Foto: Anne Charlotte Schjøll

Hva er meningen med tingene?

■ Høyskolens hjørne

Mattias Øhra
Høyskolelektor



I ryggmargsrefleksjonen hos oss gode norske protestanter ligger den årlige selvpiskingen etter orgien under juletreet. Januar er tid for bot og bedring. Derfor går mange av oss rundt med en noe ulen smak i munnen mens vi sleper juletreet ut av stua og legger fem hundre kroners treet pent på plass på den angitte oppsamlingsplassen. Takk for denne gang! Det ble mange gaver i år også. Bør jeg skamme meg? Er det identiteten som konsument som gir meg meningen i livet? Er jeg blitt et bulimisk konsumerbeist med konstant trang til å kjøpe mer, mer, mer? Eller er det bare moralisten inni meg som i sin høyverdige strikkejakke og forakt for forbruk og mote skaper tvil og uro i min sjel. Er det ikke lenger noen for-

skjell på et lekkert image og en personlig identitet?

Det er ikke vanskelig å finne dommedagsprofeter som prediker at forbruk er selve forfallet i vår sivilisasjon. Vi hører ofte at det er materialismen, og alle tingene, som gjør oss fremmede for oss selv og for den verden vi lever i. Kan det være at en slik enerådig forståelse av materialisme og forbruk kan være med på å skape en handlingslammelse på det personlige plan? Finnes det alternative måter å forstå forbruk på?

Det finnes filosofer som påpeker at tingene våre er noe av det mest sentrale og eksistensielle ved det å være menneske. Vi blir mennesker gjennom, og i relasjon til tingene, verktøyene eller det materielle i verden. For den fenomenologiske filosofien er det et sentralt poeng at vi lever livene våre i relasjon til utallige ting, gjenstander eller verktøy som allerede omslutter våre kropp, våre liv og våre tanker. Betyr dette at det kan

ligge noe dypere og åndelig ved min materialisme? At de tingene som omgir meg er det som gjør at jeg makter å samle meg og skape meg selv, min verdighet og min selvtilit. Kan julegavene under treet referere til et dypere lag av kjærlighet og menneskelighet?

For den tyske filosofen Martin Heidegger preges vårt daglige liv av at vi til en hver tid er brukende og håndterende i omgang med det han litt vanskelig kalte vedhåndenværende tøy. Tøy er her forstått som et redskap, eller en gjenstand til et bestemt bruk. Disse tøyene skal forstås gjennom den brukssammenheng de inngår i. Bruksgjenstander som verktøy, sytøy, kjøretøy, fyrtoy, fartøy, kjøkkentøy-, leketøy, osv. skaper en betydningsammenheng for hver enkelt av oss. Denne betydningsammenheng skaper verden og vi blir til i verden ved at vi kontinuerlig er i relasjon til vedhåndenværende tøy. Det å være i verden handler således om at vi blir mennesker gjennom relasjoner

med omgivelsene i form av mennesker, gjenstander og kulturelle verktøy.

Det at vi mennesker besjeler tingene, at vi gir dem liv, glede og mening utover den bestemte funksjonen tingen har, er et lite under. En god kopp kaffe fra den eksklusive kaffemaskinen en tidlig kald januar dag kan nettopp være det ritualet som kobler oss til livet, som setter oss i relasjon til menneskene og til tingene. En slik forbrukeridentitet kan jeg fint leve med.

Kanskje er det gjennom en mer nyantert forståelse av forbruk at vi kan komme det vulgære, dekadente og menneskefiendtlige forbruket til livs. Kan vi tenke oss en ny konsumeridentitet hvor den enkelte foretar sterke verdivurderinger rundt eget forbruk samtidig som de samme verdivurderingene ikke utelukker at det i forbruk, livsstil og mote ligger mening og glede.

Hvis det er slik at vi erkjenner at det trivielle og det eksistensielle i det menneskelige er vevd sterkt sammen, vil vi da kunne se en forbrukeretisk debatt som ikke bare bærer preg av moralisme og umyndiggjøring? Kunne vi tenke oss en forbruksetikk som på den ene siden ser at forbruk har en

grunnleggende eksistensiell mening, samtidig som den volder store problemer i form av fråsing, sosiale, kulturelle og økonomiske forskjeller og ikke minst i markedsrett.

Hvis begrepet «forbrukervennlig» kun blir et skjellsord, vil den enkelte melde seg ut av diskusjonen om hvordan vi skal make å sikre et forbruk basert på en bærekraftig utvikling. Hvis forbruksetikken preges av moralisme og dommedagsprofetier vil den enkelte forbruker kunne føle seg fremmed og umyndiggjort. Skal folk føle seg bemyndiget i denne debatten må det være mulig å delta med en åpen og tydelig forbrukeridentitet basert på egne bevisste verdivurderinger. Gaven under treet kan romme en symbolsk mening gjennom at den formidler relasjonelle verdier som ikke kan realiseres direkte eller uttrykkes med ord. Det å bry seg om ting kan slik forstås som en måte å bry seg om seg selv og om andre. Et menneske som kun sitter igjen med sitt begjær, kan ende opp som et menneske uten sjel. Et menneske med en levende forbrukeridentitet erkjenner forbrukets positive sider samtidig som det ser nødvendigheten av å underlegge det samme forbruket en kontinuerlig kritikk.