

This is an electronic reprint of the original article. This reprint may differ from the original in pagination and typographic detail.

Frivillig enkelhet – företagsetikens nästa steg?

Hellöre, Lise-Lotte

Published in:
Ekonomiska Samfundets Tidskrift

Published: 01/01/2008

Document Version
Final published version

[Link to publication](#)

Please cite the original version:
Hellöre, L.-L. (2008). Frivillig enkelhet – företagsetikens nästa steg? *Ekonomiska Samfundets Tidskrift*, 61(3), 123-130. <https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe202201148766>

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

Hållbar utveckling har tagit form bland företag i olika varianter, tidigt talade man om miljöansvar, sedan övergick man till företagens samhällsansvar och företagsetik. Att man starkt poängterar hållbar utveckling idag är en trend som tilltar. Hos individen har denna allestädes närvarande hotbild om en ohållbar framtid skapat nya konsumtionsvanor med bl.a. second hand mode som trendigt. Mer omvälvande livsförändringar märks t.ex. bland de som sadlar om, flyttar ut på landet eller helt enkelt lägger om sin livsstil på ett djupare plan. Artikeln belyser vad detta handlar om och öppnar för frågor kring hur samhället och näringslivet kan möta och förstå dessa känsligaste av samtidens konsumenter, samhällsmedborgare och medmänniskor. Sätter dessa grupper agendan för den framtida företagsetiken?

Frivillig enkelhet— företagsetikens nästa steg?¹

BAKGRUND

År 2007 utkom en bok med titeln *Simple living: nya vägar till ett meningsfullt liv* (Jorgensen 2007). Den är en översättning, originalet är utgett samma år i Danmark. Boken är en av flera nyutkomna verk i samma stil, andra är t.ex. *Simplify your life – förenkla ditt liv och bli en lyckligare och mer harmonisk människa* (Küstenmacher & Seiwert 2007) och *Lev enklare: idéer för en hållbar livsstil* (Linde 2008). Dessa böcker fångar på ett populärvetenskapligt plan in en trend som verkar förstärkas i vårt samhälle. Människor upplever att de allt mindre får tillfredsställelse av det materialistiska samhället. Den materiella konsumtionen förmår inte skapa mening och mål i livet. Allt fler är trötta på jakten, på att försöka leva

upp till förväntningar hemma, på jobbet, på statusstressen o.s.v. Man upplever att det ger tomhet och vill söka en mera genuin livsstil. Folk söker sin livsuppgift, utlopp för en inre kreativitet (Jorgensen 2007). I dessa farvatten dyker nya yrken upp som på ett psykologiskt plan vill hjälpa nutidsmänniskan att orientera sig i livets existentiella stora frågor och man kan allt mera se olika typer av livscoacher både för chefer, konsumenter och för den vanliga människan. Jørgensen (2007, s. 37) påpekar i sin bok att studier visar hur vi i Skandinavien börjar ha uppnått en slags mättnadspunkt där många upplever att nu är det nog. Trots att vi har den nyaste tekniken och en av världens högsta levnadsstandarder känner vi oss inte lyckligare i Norden, utan människor är

* Forskare vid Åbo Akademi. Hennes forskningsintresse ligger f.n. på globaliseringens betydelse för en hållbar utveckling, såväl på företagsnivå som på individ- och samhällsnivå. Speciellt intresserad är hon av den kulturella dimensionen av hållbar utveckling och dess betydelse i internationell business.

¹ Artikeln baseras på en key note som hölls vid konferensen *Dialogues on sustainable paths for the future: ethics, welfare and responsibility* 7–8.5.2008, Turun Kauppakorkeakoulu, Åbo.

plågade och känner sig otillräckliga. Man drömmer om närvaro, kärlek och tid att tänka i livet. Det här gäller människor ur alla samhällsklasser. Om tankemönstren hos anställda, konsumenter och chefer drastiskt förändras kan detta medföra förändringar för flera funktioner i företagen.

Vi har sett samma slags frågor behandlas på finländskt håll i Kari Nars bok *Pengar och Lycka* (2006). Han ställer den enkla frågan varför lottomiljonärer inte är lyckligare än alla andra och besvarar den själv med att bl.a. konstatera att psykologerna länge hävdade att människans (äre)girighet är ett av de största hindren för ett lyckligt liv.

I vårt nordiska och finländska samhälle kan vi alltså notera ett klart växande behov av att ifrågasätta det (affärs)liv som präglar vårt samhälle. Vad tyder alla dessa nya typer av livscoacher på, denna hunger för livsmedning och mål och i dess kölvatten flera nyutkomna populärvetenskapliga böcker som försöker svara på nutidsmänniskans livsfrågor? Man kan skönja en reaktion hos en del individer, kanske de känsligaste i vårt samhälle, som reagerar genom att välja att mera eller mindre omvälvande omforma sitt liv. Nedan skall jag gå in vad denna trend innebär, vilken på engelska kallats *voluntary simplicity*, d.v.s. frivillig enkelhet. Artikelens syfte är att fånga in:

1. Vad betyder termen *voluntary simplicity*/frivillig enkelhet?
2. Vad beror den här nya trenden på, vilka är de drivkrafterna bakom?
3. Hur kan vi psykologiskt förstå den frivilliga enkelheten genom Abraham Maslows behovshierarki?

Innehållet struktureras genom att först förstå vad som teoretiskt menas med frivillig enkelhet. Därefter tar jag upp Maslows behovspyramid som en analysram. Med hjälp av denna tolkar jag sedan frivillig enkelhet. Texten avslutas med en diskussion och några öppna frågor kring vad detta uttryck på ett individplan i förlängningen kan ha för betydelse för vårt näringsliv och samhälle.

VAD ÄR FRIVILLIG ENKELHET?

Amitai Etzioni är av de ihärdigaste forskarna som försökt förstå fenomenet med frivillig enkelhet, som härefter förkortas med FE. I två artiklar (1998, 2004) beskriver han fenomenet så här. I västvärlden har allt flera börjat söka alternativ till konsumtionssamhället. Med FE avser man människor som av fri vilja begränsar sitt användande av konsumtionsvaror och tjänster för att i stället hitta källor till tillfredsställelse och mening som inte är materialistiska. Det här är i sig ingenting nytt, eftersom kritik mot konsumtionsamhället har funnits lika länge som själva kapitalismen, vilket Etzioni också erkänner (2004, s. 408). Det intressanta är ändå frågan om huruvida ekonomisk välfärd skapar lycka eller om det snarare kan nås genom att välja att leva enkelt. Det finns många som hävdar att konsumtion skapar beroende och att överdrivna ambitioner rentav är av ondo, vilket konstaterades redan av Adam Smith (Nars 2007).

För att kunna svara på denna "tiotusen-kronorsfråga", är det centralt att ta fasta på frivilligheten i FE, d.v.s. *voluntary = frivillig*. Endast den som av fri vilja kan välja att leva enkelt förmår njuta av sitt val, medan den som tvingas leva i enkelhet inte kan förväntas uppleva samma tillfredsställelse. Därför är tanken inte applicerbar på fattiga folk eller de som lever i påtvingad enkelhet av olika orsaker. Etzioni (2004: 407–408) definierar FE i följande ordalag: "people choosing – out of free will – to limit expenditures on consumer goods and services and to cultivate non-materialistic sources of satisfaction and meaning".

En intressant aspekt av FE är dess positiva framtidssyn som reaktion på domedagsprofetiorna kring vår ohållbara utveckling. Taylor-Gooby (1998) framhåller att en FE-livsstil *de facto* erbjuder ett hållbart alternativ som om det omfattades av flera väsentligen kunde bidra till att lösa den ekologiska katastrof som hotar mänskligheten och vår planet.

Frivillig enkelhet har studerats mera i USA än i Europa, där man har också i någon mån tagit ett ekonomiskt perspektiv på fenomenet (Bekin, Carrigan & Szmigin 2005). Cherrier och Murray (2002) anser ändå att denna nya konsumtionskultur inte är tillräckligt undersökt för att vi skall kunna förstå den ur ett konsumentperspektiv. Trots den amerikanska dominansen, lyfter Etzioni (2004, s. 412) fram att FE som fenomen verkar vara mera utbrett i Europa än t.ex. i USA. Det här syns främst som en del av traditionsmönstret i den europeiska lagstiftningen, som exempelvis bygger på kortare öppethållningstider och stängda helgdagar. Man respekterar fritiden, menar han. Kulturella aktiviteter stöds även mera i Europa och man tillåter utbildningen att ta längre tid, t.o.m. understöder den genom studiemedel. Sådana mönster är i sig ett uttryck för FE, menar Etzioni, d.v.s. att satsa på människans utveckling. I ett globalt perspektiv ser den stora trenden annorlunda ut, eftersom många utvecklingsländer och ny-industrialiserade länder upplever en stor konsumtionsboom när man äntligen får mera pengar att röra sig med.

Frivillig enkelhet kan observeras i olika grad. Man kan vara mera eller mindre drastisk i sitt val. Det är inte heller alla som vet att det existerar grupperingar och de flesta kanske inte ens vet att de tillhör vad forskarna kallar för FE. Andra igen ingår medvetet i grupperingar för att hämta stöd av likasinnade för de mera drastiska dragen i en enklare livsstil. Följande tre grupperingar har föreslagits av Etzioni och har allmänt antagits av forskarsamfundet: *downshifters*, *strong simplifiers* och *the simple living movement*. Svenska motsvarigheter kunde vara t.ex. nedåtbytare, kraftiga förenklare och rörelsen för enkelt liv. Dessa är ändå inte allmänt vedertagna, och jag väljer här att använda de internationella benämningarna som går på engelska. För en mera heltäckande och längre genomgång av FE-litteraturen hänvisar jag till Bekin et al. (2005) som gjort en bra översikt av fältet.

1. Downshifters – nedåtbytare

Denna grupp människor väljer att på ett ytligare plan ommöblera sitt liv för att få mera tid. Man ger upp konsumtionen av typiska lyxprodukter som man nog har råd med, men som man vill avstå från. På det stora hela behåller man ändå en ganska hög levnadsstandard med frekventa inslag av konsumtion. Ett typiskt drag är att välja att klä sig enkelt, men ha vissa statussymboler som visar att man har pengar, t.ex. en guldlocka eller dyr läderjacka. Typiskt är att man väljer det enkla på en del områden, men inte på andra. Många väljer att jobba kortare dagar eller färre veckotimmar för att få lägre inkomst och mera fritid. Med lägre levnads-kostnader kan man unna sig att förverkliga sig själv på ett sätt som inte knyts till konsumtion i lika hög grad som tidigare.

2. Strong simplifiers – kraftiga förenklare

Denna grupp består av dem som på ett mera drastiskt sätt byter jobb, går i pension, eller sadlar om, vanligtvis från ett högstatusjobb med hög inkomst till ett annat slags liv. Man kan t.ex. skola om sig till något mera meningsfullt, stiga av karriärsstegen eller gå i förtidspension. Här är det viktigt att poängtera att den som oönskat förlorar sitt jobb inte hör hit. Om man t.ex. blir arbetsförmögen, sjuk, får sparken eller av andra liknande orsaker inte kan behålla ett högstatus- och höginkomstjobb, är bytet av livsstil inte ett fritt val, utan en påtvingad ny livsstil. Denna andra kategori skiljer sig i övrigt från nedåtbytarna, *downshifters*, främst genom att man inte bara förändrar sina konsumtionsvanor, utan också omstrukturerar sitt liv på ett mera genomgripande sätt. Man väljer alltså bort en lyxigare livsstil för en som upplevs meningsfullare på ett mera djupgående plan.

3. The simple living movement – rörelsen för ett enkelt liv

Den här sista gruppen är den som mest intensivt väljer ett liv enligt FE. Hela män-

niskans liv påverkas och ideologin får snarlika drag med en religion eller en världsåskådning. Man flyttar ofta från välbeställda bostadsområden till mindre städer eller ut på landsbygden för att kunna leva ett enklare liv. Ett löst sammanhängande nätverk som kallar sig "simple living-movement" har bildats kring den här livsstilen, sällskapet har kompletta hur-gör-man-böcker, nio-steps-program och nyhetsbrev. Gruppen skiljer sig från de två ovanstående både genom omfattningen på den självvalda enkelheten, som genom den välformade livsfilosofin. En stor källa till inspiration hämtar man från en bok av Duane Elgin som utkom år 1993 med namnet *Voluntary Simplicity*. Boken hämtar i sin tur influenser från olika religiösa traditioner. Elgin talar för drastiska förändringar över hela linjen i i-världens konsumtionsmönster och lyfter kritiskt fram mediernas roll som imageskapare och påhejare av konsumtion.

MASLOWS BEHOFEPYRAMID SOM TEORETISK ANALYSRAM

Etzioni (1998, 2004) menar att det är väsentligt att förstå vilken motivation som ligger bakom FE, för att kunna förutse hur trenden utvecklas i nutiden. Bygger FE på en känsla hos människan att hon avstår något väsentligt när hon väljer att leva enklare? Eller är enkelheten och det att man väljer bort snarare en källa till tillfredsställelse? Det centrala är vari individens motivation ligger. Här kan psykologiska modeller vara till hjälp för att förstå om högre inkomst- och konsumtionsnivåer är en källa till lycka, eller tvärtom. Flera FE-forskare har hänvisat till Maslows behovspyramid, vilken jag presenterar kort nedan.

Abraham Maslows *A Theory of Human Motivation* (1943) är en klassisk artikel i psykologins historia. Med denna kontribution till teorin om människans motivation, försökte Maslow kombinera tidigare forskning, vilken gjorts inom separata discipliner såsom inom t.ex. biologisk och maktforskning, för att förklara varför det mänskliga be-

teendet ser ut som det gör (Huitt 2004). Kortfattat, kan man säga att Maslows teori rangordnar essentiella behov hos människan i en hierarkisk ordning. Dessa mål styr människans beteende och är visualiserade i Figur 1.



Figur 1: Maslows (1943) behovshierarki.

Trots att behoven hos varje människa normalt sett finns i någon mån i varje kategori, menar Maslow ändå att behoven sinsemellan är rangordnade i en trappstegsliknande modell (som senare har modellerats i en pyramid, t.ex. hos Huitt 2004). När de mest grundläggande behoven är mötta, känner människan en mättnad och upplever inte längre detta behov, utan hennes behov förflyttas då till nästa nivå i pyramiden. När dessa i sin tur är mötta, förflyttas behoven ännu ett steg uppåt. Han skriver:

”At once other (and’ higher”) needs emerge and these, rather than physiological hungers, dominate the organism. And when these in turn are satisfied, again new (and still ’higher’) needs emerge and so on. This is what we mean by saying that the basic human needs are organized into a hierarchy of relative prepotency.” (Maslow 1943, unummerad)

Maslow utgår från att människan är en varelse som drivs av vilja och önskningar och att människan i vårt samhälle oftast får sina önskningar delvis uppfyllda i alla kategorier,

och delvis ouppfyllda. Människan behöver inte vara medveten om dessa sina mål, de är rentav oftast omedvetna. När dessa behov hos människan på något sätt hotas, upplever hon/han ett psykologiskt hot.

FRIVILLIG ENKELHET TOLKAD GENOM MASLOWS BEHOVSPYRAMID

Konsumtionssamhället bygger långt på ett antagande om att ju mera varor en människa kan köpa och ju flera tjänster hon kan använda sig av, desto lyckligare är hon/han. Tidigt trodde man också att människan hade ett fast behov, som kunde tillfredsställas med en tillräcklig summa pengar. Senare har det visat sig att nya behov kan skapas och en stor del av företagsverksamheten idag går ut just på att skapa nya behov i en aldrig sinande ström. Idag förstår man människans behov som ett flexibelt mått som kan och bör tänjas nästan i absurdum av marknadskrafterna. Som redan visats finns dock kritiker som menar att själva konsumtionen inte hjälper människan att uppnå tillfredsställelse och lycka, utan snarare tvärtom, hindrar honom/henne från en känsla av tillfredsställelse som kan upplevas bara i relation till andra människor; bekräftelse, att bli sedd, kärlek o.s.v. Psykologer har också hävdats att ju mera människor fäster sig vid sin ekonomiska välfärd, ju mindre lyckliga tenderar de att bli (Etzioni 2004, s. 414, hänvisar till forskare som t.ex. Kasser, R. M. Ryan och R. H. Frank). Detta utgör långt också kärnan i den tematik som Ralf Nars tar upp i sin bok om pengar och lycka (2006). Däremot visar forskning att för den som är låginkomsttagare finns en stark koppling mellan högre inkomst och mänsklig lycka, men bara till en viss nivå av ekonomisk välfärd, sedan avtar korrelationen snabbt.

Därför är ett centralt kriterium för att kunna använda Maslows behovspyramid för att förstå FE, själva insikten om frivilligheten. Endast genom att kunna välja att vilja leva enkelt, blir det möjligt att avstå från den behovstillfredsställelse som sker på lägre nivåer i Maslows behovspyramid. Själva den

här argumentationen visar att FE ger människor lycka, eftersom Maslow ju menar att människan psykologiskt vill sträva uppåt, vilket gör att man kan anta att det finns ett psykologiskt beroende i att få allt flera behovsnivåer mättade. Västvärldens utveckling har i stor utsträckning följt den här modellen, påpekar Etzioni (2004, s. 415). Maslows antagande om att de fysiologiska basbehoven först måste uppfyllas innan man kan förverkliga sig själv passar väl ihop med hur FE tar sig uttryck. Det är nämligen typiskt att en människa som väljer FE har vissa speciella drag: det är någon som bor i ett högkonsumtionssamhälle, med god inkomst och med ekonomisk möjlighet att välja bort sin status och därmed privilegierat kunna trappa ner. Att denna någon kan befria sig från fokuseringen på lägre nivåer i behovshierarkin, som att materialistiskt tillgodose fysiologiska behov *in absurdum*, hjälper personen att förflytta sig uppåt i Maslows behovspyramid. Här kan han/hon sedan nå nya nivåer av behovstillfredsställelse. Om man skulle förvänta sig samma beteende av någon som inte har fått sina grundläggande behov fyllda, skulle man bortse från Maslows behovspyramid och neka den människan behovstillfredsställelse. Som Etzioni noggrant påpekar: "Consumerism, not consumption, is the target for voluntary simplicity" (2004, s. 416).

En intressant sista aspekt av att förstå FE genom Maslows psykologiska modell är behovet hos människan att bli sedd, bekräftad och accepterad av andra. Hur gör man det om man inte tar till de vanliga sätten att få uppmärksamhet, d.v.s. genom statusprylar och identitetsmarkörer t.ex. i kläder och smycken eller genom andra livsval som syns och visar vem man är? Etzioni (2004) menar att många varor och produkter tjänar just sådana behov hos människan, han talar om den sociologiska rollen hos synliga produkter (telefoner, Nike skor, pälskappor, bilar osv.). Hur gör man då, ifall man väljer bort dessa produkter? Man kan ju inte gärna ha en lapp i pannan som visar att man faktiskt skulle ha

råd, men inte vill ha dem. Många som väljer FE-livsstilen behåller någon symbol, som visar just detta. Symbolen kan variera mellan olika subkulturer och ta speciella uttryck i olika länder. Typiskt hos oss kunde vara t.ex. att man har en jättedyr telefon eller klocka, men annars klär sig enkelt. På så sätt, hävdar Etzioni, att den som väljer FE kan tillfredsställa ett basbehov hos människan, d.v.s. att få bekräftelse av andra, utan att gå med i en jakt på bekräftelse som följer en exponentiellt tilltagande konsumtionsnivå för att försäkra sig om positiv mänsklig feedback.

Studier tyder också på att människor som väljer en FE-livsstil känner stort personligt ansvar inför klimathot, fattigdomsproblem och tilltagande ojämlikhet i samhället. Man sympatiserar med idéer som klingar bra för en hållbar utveckling och upplever stor tillfredsställelse i att känna att man lever på ett gott sätt. Studier har gjorts bl.a. av Osamu Iwata (2006) i Japan bland 189 kvinnliga högskolestudenter och av Craig-Lees och Hill (2002) som kvalitativt jämfört australiensare som väljer en frivillig enkelhet mot dem som inte gör det.

DISKUSSION

Etzionis uppmålande av världen, där han påpekar att Europa verkar vara det område som mest självklart utgår från FE principer, medan den amerikanska drömmen långt mera är präglad av konsumtion och där stora delar av andra och tredje världen går in i en konsumtionsboom går på många sätt hand-i-hand med diskussionen kring hållbar utveckling. Där är USA den stora boven, utvecklingsländerna det stora hotet, och Europa de goda gossarnas land. Samtidigt kan man svårligen neka utvecklingsländerna den möjlighet att uppfylla sina konsumtionsdrömmar, vilka vi redan långt och länge kunnat uppfylla i Europa.

Frivillig enkelhet verkar fungera så länge man kan avskilja sig från konsumtionskulturen och anta FE som en ersättande livsfilosofi, eller t.o.m. kulturtradition. Denna nya

kultur bygger på att man kan njuta av *tillräcklig* konsumtion. Genom att anse att högre konsumtion skapar mindre och mindre tillfredsställelse, blir man beredd att avstå från ekorrhjulet genom att motivationen försvinner. Istället uppstår motivation för att hitta andra delar i det mänskliga livet som kan skapa mål och mening. Vilka dessa är, står öppet, klart är i alla fall att de inte bygger på konsumtion och materialism som källor för mänsklig lycka.

Etzioni (2004, s. 414) efterlyser mera forskning kring det psykologiska vakuum som uppstår hos människor som väljer att leva enligt FE. Trots att man gör ett önskat val, är det svårt att gå mot strömmen och förändra sitt liv. Som framkom i den tredje gruppen, d.v.s. den mest intensiva FE-livsstilen, finns grupperingar som stöder medlemmarna i sina val för en frivillig enkelhet. Forskning visar t.ex. att många behöver det här stödet, eftersom en ny livsstil kan skapa stor tomhet innan man kommer vidare i sin nyorientering från konsumtionssamhällets vanor. Det tar t.ex. tid att hitta nya sysselsättningar i stället för shopping och nya sätt att träffa människor på och hitta sin mening i. Uppslag till vidare utveckling av tematiken och fortsatt forskning kunde vara att undersöka just den här psykologiska tomheten och hur människor hanterar den i sitt val för en enklare livsstil.

En grundförutsättning för att kunna ägna sig åt FE verkar forskare ense om. Det gäller en privilegierad grupp människor, ofta i medelåldern, ofta också välskolade. Craig-Lees och Hill (2002) tillägger att FE-människan typiskt också har en kapacitet att kunna tjäna bra, har en tillgång till ekonomisk trygghet i någon form och ofta visar sig vilja ha flera barn. I sin studie fokuserade de på människor mellan 40 och 55 år. Iwata (2006) i sin tur har i flera av sina studier fokuserat på kvinnor i åldern 18–20. Det vore intressant att forska vidare i hur dessa kategorier sammanfaller med den grupp människor som ivrar mest för en hållbar utveckling och diskutera huruvida FE i själva ver-

ket kunde förstås som ett konkret uttryck för människans psykologiska behov att på ett personligt plan motverka hoten om världens undergång vilka möter envar i den rikare delen av världen så gott som varje dag. Kan FE ses som människans sätt att hantera och skydda sig mot den ångest som skapas dels av marknadskrafter, men också av detta överliggande hot om miljöförstöring, massvält, krigsföring i ekonomins förtecken och samhällsligt förfall? Är FE en ny kultur som baseras på psykologiska djupbehov hos människan? Om så är fallet, är det lätt att förstå att det är just i människans mest kraftfulla år som behovet av FE är som störst, d.v.s. i medelåldern. FE blir ett starkt uttryck för vilken person man vill vara, hur man vill uppfatta sig själv. På så sätt knyter FE nära an till livsval och personlighet. Man kan t.o.m. hävda att FE är det sätt på vilket en människa med initiativkraft och styrka klarar av att utforma sina egna livsval så att de reflekterar djupare värderingar, psykologiska hotbilder och en personlighetsstruktur hos individen. På så sätt är FE möjligen ett uttryck hos de trendkänsligaste individerna i vårt samhälle. Deras omvälvande livsförändringar kan sålunda också tyda på större samhällsförändringar som vittnar om framtida utmaningar också inom näringslivet.

Eventuellt är FE som livsstil en naturlig följd av vad vi hittills kallat miljömedvetenhet, sedan företagsetik, och efter det hållbar utveckling: företagande. Forskning visar att det föreligger en relation mellan etisk konsumtion och en FE-livsstil, eftersom konsumtionskulturen påverkar kundens marknadsbeteende (Bekin et al 2005). Taylor-Gooby (1998, s. 646) gör en liknande koppling: "Simplicity is ecologically more sustainable than consumerism". Han fastslår också hur FE kan lösa tre av de mest pressande problemen i dagens värld:

1. att kunna acceptera att pengar inte köper lycka, även om människor sliter ut sig själva med att tro att så är fallet
2. att få ett liv som är mera meningsfullt, men mindre stressigt

3. att få ett liv som är ger en miljömässig hållbarhet

De böcker som publicerats på den nordiska marknaden de senaste åren tyder på att en förändring i samhället håller på att ske. Människor reagerar mot hotet om världens undergång och speciellt tydlig är reaktionen i västvärlden som är mera informerad. I den här artikeln har jag presenterat några av de centrala forskarnas syn på *voluntary simplicity* och knutit an till nya element som kan skönjas i vårt nordiska samhälle. Vilka följer detta får för företagslivet är en öppen fråga. Syns trenden allt mer i rekryteringsprocessen? Vilka är följderna för marknadskommunikation och PR när människor gör det till sin livsfilosofi att konsumera mindre? Hur påverkas t.ex. bostadsmarknaden? Klart är att hela vårt samhälle påverkas om invånarna börjar konsumera mindre – vilka konsekvenserna blir för hållbar utveckling och för samhällets välmående är en mångfacetterad fråga som behöver forskas mera i. Att lägga frågan på bordet genom en kort översikt av problematiken är den här artikelns främsta bidrag.

REFERENSER

- Bekin, C., Carrigan, M., & Szmigin, I. (2005):** "Defying marketing sovereignty: voluntary simplicity at new consumption communities". *Qualitative Market Research: An International Journal* 8(4), ss. 413–429.
- Cherrier, H. & Murray, J. (2002):** "Drifting Away From Excessive Consumption: A New Social Movement based on Identity Construction". *Advances in Consumer Research* 29, ss. 245–247.
- Craig-Lees, M. & Hill, C. (2002):** "Understanding Voluntary Simplifiers". *Psychology & Marketing* Feb 19(2), ss. 187–210.
- Etzioni, A. (1998):** "Voluntary simplicity: Characterization, select psychological implications, and societal consequences". *Journal of Economic Psychology* 19, ss. 619–643.
- Etzioni, A. (2004):** "The Post Affluent Society". *Review of Social Economy* LXII (3), September, ss. 407–420.
- Huitt, W. (2004):** "Maslow's Hierarchy of Needs". *Educational Psychology Interactive*. Valdosta, GA: Valdosta State University. Även: <http://chiron.valdosta.edu/whuitt/col/regsys/maslow.htm>. Uppladdad 5.12.2007.

Iwata, O. (2006): "An evaluation of consumerism and lifestyle as correlates of a voluntary simplicity lifestyle". *Social behavior and personality* 34(5), ss. 557–568.

Jorgensen, G. (2007): *Simple living: nya vägar till ett meningsfullt liv*. Prisma: Stockholm.

Küstenmacher, W. T. & Seiwert, L. J. (2007): *Simplify your life – förenkla ditt liv och bli en lyckligare och mer harmonisk människa*. Stockholm: Natur och Kultur.

Linde, G. (2008): *Lev enklare: idéer för en hållbar livsstil*. Viva: Stockholm.

Maslow, A. (1943): "A Theory of Human Motivation". *Psychological Review*, 50, ss. 370–396. Även: <http://psychclassics.yorku.ca/Maslow/motivation.htm>. Uppladdad 5.12.2007.

Nars, K. (2006): *Pengar och lycka*. Schildts: Helsingfors.

Taylor-Gooby, P. (1998): "Comments on Amitai Etzioni: Voluntary simplicity: Characterization, select psychological implications, and societal consequences". *Journal of Economic Psychology* 19, ss. 645–650.