



Därför är den privata sektorns upp- trissade förväntningar på den afrikanska medelklassen inte till någon hjälp

av Henning Melber

Kommersiella analyser om medelklassen i Afrika är ytliga och helt inriktade på siffror som anger inkomster och utgifter. Som motsats erbjuder nyare forskning om Afrikas medelklass en djupare analys av kulturella faktorer och identitet, medvetande, social positionering och förhållandet till andra sociala grupper liksom till institutioner och till staten.

Den afrikanska medelklassen är av stort kommersiellt intresse. Detta bekräftades nyligen vid några välbesökta seminarier i Sydafrikas storstäder för samtal och diskussioner om en studie betitlad "Afrikas Lejon: banbrytande studie om medelklassen i Afrika söder om Sahara".

Studien motiverades av Afrikanska Utvecklingsbankens diagnos om att den afrikanska medelklassen har ökat med mer än 240 procent under drygt tio år, och banken konstaterar att 15 miljoner hushåll nu utgör medelklass.

Studiens snäva inriktning styrs av ett särskilt intresse och upprepar en undermålig föreställning om samhällsstrukturerna i Afrika. Den är värdelös för varje klassrelaterad analys och tillför ringa verklighetsanalys. Människor betraktas enbart som konsumenter utan politisk betydelse.

Studien genomfördes av University of Cape Town's Unilever Institute of Strategic Marketing och det globala marknadsundersökningsbolaget IPSOS under 18 månader i 10 städer – Abidjan, Accra, Addis Abeba, Douala, Dar es Salaam, Kano, Lagos, Nairobi, Luanda och Lusaka.

Som medelklass definieras i studien den som har en dagsinkomst mellan \$4 och \$70. Han eller hon har också en disponibel inkomst; är anställd eller driver företag eller studerar vid högskola; och har någon form av gymnasieutbildning. Enligt dessa kriterier tillhör så stor andel som 60% av den undersökta stadsbefolkningen denna definition av medelklass.

Forskarna tillägger att de som klassificeras som medelklass har en genomsnittlig inkomst på \$12 per dag och en genomsnittlig hushållsinkomst på \$17 per dag. Av

dessa hade en tredjedel heltidsarbete, medan många huvudsakligen drev informella företag.

Enligt studien beräknas 100 miljoner människor utanför Sydafrika tillsammans ha en köpkraft på mer än \$400 miljoner per dag.

Helt klart har undersökningen tagits fram av ekonomiska intressen, inriktad på den så kallade medelklassen som återförsäljarnas önskeobjekt. Institutets chef förklarade att den beräknade marknaden på 1,3 biljoner Sydafrikanska rand (ZAR) per månad var själva kärnan för att bättre kunna förstå kontinentens konsumentlandskap, genom att visa på aspirationer, mediakonsumtion, köpmönster, varumärkesrelationer och mycket mer (hos en dylik medelklass).

Liknande intressen inom den privata sektorn finner man inom affärskretsar utanför kontinenten. Stora bolag betalade \$1160 och mindre bolag \$510 för ökad insikt i investeringsmöjligheterna vid ett genomfört 'Middle East and Africa Summit' 26-27 september i Stockholm. Den andra dagen ägnades åt Afrika söder om Sahara och som beskrevs innefatta en tilltagande medelklass, hungrig på inkludering och mer sofistikerad konsument-efterfrågan.

Sådana närmanden vidmakthåller de ursprungliga upptrissade förväntningarna över upptäckten av den framväxande medelklassen i det globala Syd, definierad i termer av högre levnadsstandard. De mäts i konsumtion och livsstil relaterad till västvärldens produkter och statussymboler. Men inga insikter erbjuds i hur att vara medelklass kan förstås i en social kontext. Detta skulle inkludera status och medvetenhet såväl som de politiska

val som människor gör. Detta skulle kräva ett annat, analytiskt mycket mer ambitiöst grepp över ekonomi och politiska realiteter i afrikanska städer och faktiskt också i bredare samhällen.

Motståndet

Under tiden har forskare inom olika akademiska discipliner börjat att kritiskt granska medelklassbegreppet. De undersöker ordentligt dess mening och definition. Detta är viktigt eftersom en debatt om medelklassen som enbart reducerats till utforskning av konsumentvanor, endast kan användas för egna syften.

I kontrast anstränger sig nya forskningsförsök att få igång en debatt om afrikansk medelklass ur ett meningsfullare perspektiv. De erbjuder en djupare analys av kulturella faktorer och identiteter, medvetenhet, social positionering och relationer till andra grupper liksom till institutioner och staten. De arbetar med att ta fram en verklig klassanalys och de politiska alternativen och den sociala gruppens eller gruppernas formation.

Utmaningen är att se bortom det 'ytliga' antal som smular sönder definitionen av medelklass i enbart inkomst- och utgiftssiffror och erbjuder ingen ytterligare analys av andra relevanta faktorer.

Sådana icke-politiska perspektiv tenderar att placera en ideologisk rökridå kring socio-ekonomiska processer. Detta i sin tur vilar på antagandet att relativt hög ekonomisk tillväxt betraktas som 'framsteg' och 'utveckling'. Samtidigt förändras det dagliga livet ringa för huvuddelen människor. Smulor från matbordet tar dem inte ut ur en bräcklig socio-ekonomisk livsmiljö som gränsar till fattigdom. Många människor i stad och på landsbygd fortsätter att leva i absolut nöd.

Social förändring

Engagemang i sådana utmaningar, att utforska hur medelklass skulle kunna förstås och mobiliseras för social förändring, skulle kräva ett annat analytiskt grepp om de socioekonomiska och politiska realiteterna i afrikanska samhällen.

Förmodligen skulle sådana annorlunda forskningsresultat sannolikt inte vara av intresse för den kommersiella sektorn. Men de mer socio-politiskt motiverade analyserna skulle kunna bidra till ökad medvetenhet om de bevarade klasstrukturerna. Dessa kommer inte att fundamentalt förändras av ett ökat antal konsumenter som har möjlighet att köpa varor i shoppingcentra och njuta av en 'västerländsk' livsstil.

I stället kan försvaret och främjandet av social rättvisa och jämlikhet baserad på en verkligt omvandlande socialpolitik med djupare omfördelande effekter på sikt skapa en mycket större och mer hållbar marknad.

* * *

Henning Melber är Director Emeritus och Senior Adviser vid Dag Hammarskjölds Minnesfond och Senior Research Adviser vid Nordiska Afrikainstitutet, båda i Uppsala; Senior Research Fellow vid Institute of Commonwealth Studies / University of London och Extraordinary Professor vid University of Pretoria och University of the Free State i Bloemfontein. Han är redaktör för boken *The Rise of Africa's Middle Class* (Zed Books, 2016).

Artikeln har varit publicerad i The Conversation.

Artikeln publiceras i svensk översättning med tillstånd av Henning Melber.

Redaktör: Claes Olsson