

av två murar; järnridån i öst och statlig interventionism i "det fria väst". Keynes kan dock bara lastas för den ena.

Även om vi har fler hinder mot rörlighet idag är globaliseringen mer påtaglig för den breda massan på grund av den kraftfulla teknikutvecklingen. Ett av de bästa exemplen i boken på intelligent teknikanvändande är berättelsen om bönder i Bangladesh som använder mobiltelefon för att ta reda på världsmarknadspriserna för sina produkter och därigenom minskar risken för att bli blåsta på sina lokala marknadsplatser.

Att globaliseringen inte är oåterkallelig och därför hotad är bokens huvudpoäng. All politik är lokal, människor bryr sig mer om vad som händer hemma än vad som händer i världen. I Adam Smiths exempel om mannen med ett skadat fingret och nyheten om jordbävning i Kina med tusentals döda är det naturligt att det egna fingret hamnar i mannens centrum. Det faktum att många män-

niskor inte känner sig delaktiga i globaliseringen utnyttjas av populistiska politiker. Deras populism tangerar gärna fascism och socialism, ideologier som baseras på interventionism, isolationism och protektionism.

Författarna menar dock att det inte är dessa politiker som utgör det största hotet mot frihet och globalisering utan istället de pragmatiska politiker som menar sig vara för frihandel samtidigt som de tycker att "rättvis handel" är toppen. Bill Clinton har gjort mer skada för globaliseringen än de flesta. Leif Pargrotsky och Pascal Lamy har jag tidigare skrivit om som exempel på denna sorts politiker.

Denna klockrena analys grumlas tyvärr då författarna själva plötsligt börjar sväva på målet och uttrycker tveksamhet inför bland annat expanderande hollywoodism och entreprenörer i utbildningssektorn. Man talar även om globaliseringens "offer" i fattiga länder såväl som vid bilfabrikerna i Detroit. På annat ställe i boken hävdar man dock

att dessa individer skulle drabbas hårdare om stängda gränser och protektionism skulle vara rådande. En något förvirrande argumentation. Kanske har de två författarna skrivit vartannat kapitel.

Trots stundtals bristande argumentation är de 400 sidorna fyllda av bra exempel och poänger. Mickelthwait och Wooldridge är till exempel tydliga på att globalisering inte främst handlar om ekonomisk effektivitet utan något så enkelt som frihet. Globalisering innebär att rätten att konsumera, att resa, att arbeta etc. stärks. Att vara emot är att vara emot rätten att förverkliga sig själv och sin talang.

Karl Isaksson (karl.isaksson@moderat.se) är kanslichef för moderaterna i Europaparlamentet.

BOKFAKTA

Titel: Global: Reportage från en värld i förändring
Författare: John Mickelthwait och Adrian Wooldridge
Förlag: Timbro, 2001

NÄRINGSLIV

Industrihistoria för utlänningar

Av Elisabeth Braw

Inte för att svenskt näringsliv är så svenskt men det är nyttigt att studera sig själv utifrån.

DE STORSÄLJANDE Absolut Vodka-flaskorna pryds av ett tillägg: Product of Sweden. Det hemlighetsfulla landet i norr har nämligen också sitt marknadsvärde. Absolut Vodka och konungariket Sverige har båda funnit en nisch på den internationella marknaden. Men vad utgör sven-

skt affärsliv? Den amerikanske journalisten, tillika svenskättlingen Jerry Hagstrom, presenterar en översikt kurs i ämnet i *To Be, Not To Be Seen. The Mystery of Swedish Business*.

En mer passande undertitel hade varit: *The History of Swedish Business*. Visserligen inleder Hagstrom sin studie med träffande ob-

servationer av svenskarnas förhållande till kapital och kapitalister. Han citerar så en svensk diplomat som förklarar det faktum att krösus i form av familjen Wallenberg tilläts existera av de jämlikhetsbesatta svenskarna med att de är så långt borta och att de skapar jobb. Värre vore det om grannen blev lite rikare än man själv. *To Be, Not To Be Seen* är dock inte någon studie i vad en svensk affärsman, ett svenskt företag eller svensk industri är. Den är snarast det svenska företagandets historia från istiden (!) till nutiden, ackompanjerad av politik, kultur och lite societetsskvaller.

Och historien är lärorik. *To Be, Not To Be Seen* – vilken tillfredsställelse det är att inte vara

föremål för en studie med titeln *It's All About Appearance!* – är en historiebok som tar fasta på personer och konkreta företeelser snarare än ideologier och teorier, och jag är säkert inte den enda svensk som behöver påminnas om brukens viktiga roll som den svenska ekonomins pelare i 200 år. Eller det faktum att Sverige misslyckade kolonialisering hjälpte våra förfäder fokusera sina krafter på den inhemska ekonomin. Eller att landreformerna gjorde adeln så fattig att den blev tvungen satsa på bildning och statlig karriär – med positiva följder för landet i övrigt. Hagstrom är påfallande välinformerad, och han är ivrig att tacka dem som hjälpt honom. (En diger namnlista, innehållande såväl Ingvar Carlsson, Carl Bildt, Curt Nicolin som denna tidskrifts förre redaktör, Mats Johansson, och en av dess nuvarande, Per Heister, samt Johan Hakelius, som sammanställt volymen, befinner sig i slutet av boken.)

Den svenska affärsvärlden var fram till 1900-talet knappast mer mystisk än något annat lands affärsvärld. På sin höjd utmärkte den sig enligt Hagstrom genom en relativt välutbildad befolkning och en stor anhopning uppfinnande entreprenörer som inte var rädda att snappa upp idéer från utlandet. När det svenska bankväsendet i sin tur slutligen tog form hade det ett förhållande med resten av affärslivet som för resten av världen verkade, och verkar, påfallande intimt. Det är inget mysterium att det har att göra med Sveriges lilla befolkning, och svenska företag i allmänhet kännetecknar sig till denna dag för den utomstående betraktaren genom sin förmåga att samarbeta. Är små nationer mer benägna att tänka kollektivt, eller är svenskarna unika i sin politiska och ekonomiska gemenskapsanda? Hagstrom hade gärna fått undersöka.

Inte för att svenskt företagsliv är

så svenskt. Sanningen att säga har vi invandrare att tacka för både expertis och företagsgrundande. Hagstrom kallar vallonen Louis de Geer rentav den svenska industrins fader; det var han som på Gustav II Adolfs inbjudan och med vallonska experter i följe kom till Sverige för att lära svenskarna slå pengar ur sin järnmalm genom att göra kanoner av den. Engelsmän, skottar, tyskar och valloner, liksom judar av svensk och utländsk börd, är sedan länge pelare i den svenska industrin, men just för att Sverige är så homogent tänker man sällan på dem som sådana.

När utomstående beskriver Sverige blir det lätt lite gulligt och med ett leende som antyder att Sverige när allt kommer omkring ändå är en marginell företeelse. Därför är Hagstroms betoning av den svenska industrins internationella framgång välkommen: "Trots all Sveriges stolthet över sina politikere och tjänstemäns roll i FN kan dess chefer sägas ha nått proportionellt större makt på sitt område." Vilken släng med slevan åt svenska politiker, som till skillnad från sina kapitalskapande landsmän måhända

är lite för ivriga att bli sedda. Hagstrom marscherar i raskt tempo genom flera tusen års svensk historia, och hans bok blir därför en ytlig

"Trots all Sveriges stolthet över sina politikere och tjänstemäns roll i FN kan dess chefer sägas ha nått proportionellt större makt på sitt område."

men instruktiv undersökning. För en utlandssvensk som undertecknade, eller gemene svensk som glömt när Atlas Copco kom till, eller att Stockholm år 1885 hade tack vare LM Ericsson hade fler telefoner än London och Paris, eller hur familjen Wallenbergs släktskaps- och ägandeförhållanden ligger till, är *To Be, Not To Be Seen*, angenäm läsning. Ibland är det bra att se på sig själv utifrån.

Elisabeth Braw (ehbraw@aol.com) är frilansskribent och bosatt i USA.

BOKFAKTA

Författare: Jerry Hagstrom
Titel: *To Be, Not To Be Seen*
Förlag: SkanAtlantic Press

Tror du att idéer spelar roll?

Då är det säkrast att du börjar prenumerera på Svensk Tidskrift.

Vi ger dig inblick i samhällets idédebatt, en kvalificerad samtidsanalys och politisk journalistik.

Vår idé är enkel. Vi tror att människan spelar roll!

Vår åsikt är enklare. Vi tror på ett friare och civilare Sverige!

Svensk Tidskrift Prenumeration: 345 kr.
Studentpris: 100 kr.

Tidskriften utkommer med sex nummer årligen. Sätt in pengarna på post- eller bankgiro med namn och adress på talongen. Eller skicka ett e-post till: prenumeration@svensktidskrift.se.

Postgiro: 7 27 44-6. Bankgiro: 575-7620.