

**Titelblad**

**Kommunikation, 10. Semester – Efterår 2015**

Specialetitel:

**Nostalgisk forbrug**

- et speciale om nostalgis rolle i den moderne forbrugskultur

Dato for aflevering: 14. oktober 2015

Anslag: 165.893

Sideantal: 69,12 ns

Vejleder: Peter Allingham

Thomas Yde Søgaard

---



# nostalgisk forbrug

- nostalgis rolle i den moderne forbrugskultur

## Abstract

This thesis has its starting point in an observed (and presumed nostalgic) tendency in modern consumer culture. The modern individual seems to cultivate a past that he or she has not personally been part of, and thus the thesis works from the assumption that there might exist a modern consumer, whose purchasing behavior in some situations is determined by a fascination with past culture and way of life.

The research goal is: *To discover the role that nostalgia plays in modern consumer culture - whether and how some consumers yearn for the past.*

The thesis focuses on a study of modern society, and the circumstances that might have prompted consumer culture and a potential nostalgic tendency. Furthermore, a study is made of the concept of nostalgia and how nostalgia can be linked to consumption. Finally, the thesis focuses on an empirical and analytical study of the modern consumer to identify whether nostalgia can actually be part of their consumption pattern.

The thesis has a hermeneutic scientific theoretical approach and aims to achieve understanding through other people's understanding - thereby expanding the knowledge-related horizon. The hermeneutic aim is also to understand the whole from the parts, and vice versa. Social constructivism has been chosen as the supplementary scientific approach, meaning that both the parts and the whole are perceived as social constructs that have their meaning due to social and temporal context.

The thesis finds that past products can cause nostalgic feelings and reflection, which produce fantasies of romanticized pasts. The purchase of past objects might embody an imaginary nostalgic compensation for uncertainty in our lives and the contemporary. Nostalgic products can give us a sense of belonging, can make the past part of our present and may be an expression of the 'values' we yearn for. Past products can also be presumed to be a way to absorb some of the values that you miss from the past and connect with the origin of the product. We can guess that the purchase of past objects is a way to buy into the 'values' we miss from the past - and compensate for what you lack in the present. Thus nostalgia plays a role in consumer culture, in that it can cause consumers to buy past products on account of their nostalgic feelings. Some individuals seem to be fascinated with the past, because the fantasies of the past can offer what the present cannot.

## Indholdsfortegnelse

Indholdsfortegnelse .....	1
1. Indledning:.....	3
1.1. Case .....	6
2. Problemformulering: .....	10
2.1. Afgrænsning .....	11
3. Metode.....	12
3.1. Disposition.....	12
3.2. Videnskabsteoretisk tilgang.....	13
3.2.1. Hermeneutikken .....	13
3.2.1.1. Min forudforståelse.....	15
3.2.2. Socialkonstruktivismen .....	16
3.3. Analysestrategi.....	18
3.4. Teorigrundlag.....	20
3.5. Empiri.....	21
3.5.1. Kvantitative eller kvalitative data?.....	21
3.5.2. Fremgangsmåde.....	22
3.5.3. De kvalitative forskningsinterview .....	23
3.5.3.1. Udvælgelse af informanter .....	25
3.5.3.2. Interviewopbygning .....	26
3.5.4. Sekundær empiri.....	29
3.6. Dataanalyse .....	29
4. Teori .....	31
4.1. Den postmoderne forbruger .....	31
4.1.1. Anthony Giddens .....	31
4.1.2. Zygmunt Bauman .....	33
4.1.3. Jean Baudrillard .....	36
4.2. Nostalgi.....	38
4.2.1. Nostalgi ifølge Svetlana Boym.....	38
4.2.2. Nostalgi og forbrug .....	41
4.2.2.1. Holbrook & Schindler.....	41

4.2.2.2. Holak & Havlena .....	41
4.2.2.3. Zhou, Wang, Zhang & Mou .....	42
4.2.2.4. Loveland, Smeesters & Mandel .....	43
4.2.2.5. Belk .....	44
4.2.3. Kompensation og dagdrømme.....	46
5. Analyse .....	48
5.1. Samtidsanalyse .....	48
5.1.1. Det moderne samfunds konsekvenser .....	48
5.1.1.1. Længsel .....	50
5.1.1.2. Forbrugskulturen .....	52
5.1.2. Nostalgi .....	54
5.1.2.1. Nostalgi i forbrugskulturen.....	59
5.2. Indholdsanalyse.....	64
5.2.1. Interviewanalyse .....	64
6. Konklusion.....	73
7. Litteraturliste .....	75
8. Bilag.....	80

## 1. Indledning:

De seneste år, måske helt tilbage til årtusindskiftet, har jeg observeret og følt en forbrugertendens til at søge tilbage til svundne tider, i en stadig mere digital og teknologisk verden. Der synes at eksistere en udbredt fascination af fortiden – og en forestilling om, at alt på en eller anden måde var bedre i 'gamle dage'. Tendensen ses i mange henseender, og er særligt tydelig i forhold til indretning, billeddeling på sociale medier, design, kultur, gastronomi og påklædning. Fortiden og fortidens produkter er med andre ord blevet trendy, og begreber som 'vintage', 'retro' og 'autenticitet' er blevet allemandseje.

I kraft af en medfødt interesse for æstetik og kultur, er jeg mest optaget af den betagelse, der synes at eksistere af afbildningen af fortiden, samt fortidens kultur, mode og interiør. Her er salget af den ellers uddøde vinylplade, for eksempel steget med over 800 procent det sidste årti (Berlingske Business, 2014, ¶ salget af vinylplader eksploderer). På samme måde bliver salget af genbrug, retro-møbler og designklassikere ved med at stige, uden noget som helst tegn på at stagnere (Politiken, 2014, ¶ Brugte boligting hitter, men vi gider ikke gamle bøger). Popkulturen (film, TV, teater og bøger) bliver ved med at gengive fortiden i dens fortællinger – i alt fra 60'ernes reklameverden i Tv-serien 'Mad Men', til James Bond, der i 'Skyfall' (2012) skifter det moderne hovedkontor ud, med en eksakt kopi af det Sean Connerys besatte 50 år tidligere (Brown, 2013, s. 522 + 532). I modeindustrien kopieres og genbruges fortidens tendenser, som om der slet ikke var andre muligheder (Ibid., s. 522), og i en anden boldgade er salget af vintage reklameplakater fra 30'erne og opefter, mangedoblet på få år (Børsen, 2014, ¶ Gamle reklamer hitter ). Samtidig har jeg observeret en tendens til at anvende billedfiltre på Instagram, der påfører nutidens snapshots et 'vintage look', ligesom der på eksempelvis Pinterest hyppigt deles ældre billeder, der skildrer fortidens kultur og levevis. Med andre ord er eksemplerne mange, og tendensen viser sig i adskillige dele af vores forbrugskultur.

*"Retroen er overalt."* (Information, 2013, ¶ Frem til fortiden) – således starter da også en artikel af Nana Ludwig i Information d. 8. april 2013. Den er både i gadebilledet, i populærkulturen og i sindet, hvori den nære fortid (især 50'erne - 90'erne) er blevet dyrket intenst siden starten af 00'erne. Ifølge Kristian Handberg, forsker i retrokultur ved Københavns Universitet, gennemsyrrer fortidsdyrkelsen den moderne kultur. Grunden hertil

skal findes i den lynhurtige teknologiske, æstetiske og stilmæssige udvikling, der gør at mennesket hverken kan forholde sig til sin flygtige nutid, eller kan visualisere sin fremtid (Ibid.). Tendensen er dermed *"udtryk for en længsel efter noget, som går tabt i den hastige udvikling."* (Ibid.)

Heri virker Britta Timm Knudsen, lektor ved Aarhus Universitet og forsker i nostalgibegrebet, til at være enig – alt imens hun knytter længslen til det moderne liv og nostalgibegrebet. *"Der er ingen tvivl om, at en del af forklaringen skal findes i, at vores liv synes stadig mere uoverskueligt. Vi skal gøre det godt med vores børn, vores partner og alle andre aspekter af livet, samtidig med det stigende pres fra arbejdsmarkedet. Der tilbyder nostalgien et vist åndehul."* (Information, 2006, ¶ Med mit spelt, mit selv og min solsort). Fortidsdyrkelsen, de ting vi køber under tendensen, kan ses som et nostalgisk tilbageblik, der fremkalder billeder af de gode gamle dage, og samtidig giver et fast holdepunkt, i en tid hvor vi har svært ved at finde tryghed i andet (Ibid.). Ifølge anden del af en omfattende trend-rapport, udarbejdet af FORD i 2014 (se bilag 1), er det præcis nostalgien, der er på fremmarch. Rapporten fremhæver, at vi som forbrugere i en verden, hvor udvikling og økonomi dikterer alt, har nemt ved at se tilbage på tidligere tider som værende bedre end nutiden. Gennem romantiseringen af fortiden og hvordan den "var", finder vi således sikkerhed og tilhørsforhold i produkter, der fremkalder nostalgi (bilag 1, s. 8). Samtidig fandt rapporten, at 82 procent af amerikanerne føler at vintage produkter har mere karakter end nye produkter (bilag 1, s. 9).

Denne 'karakter' kan kædes sammen med behovet for at skabe en unik identitet. Ifølge Søren Askegaard, forsker i forbrugeradfærd ved Syddansk Universitet, har de brugte og gamle ting nemlig en historie og et særpræg (modsat nye produkter), der gør at de kan assistere i skabelsen af den identitet, som mange savner nu til dags. *"Vi lever i en tid, hvor fortællingen om os selv er altafgørende for mange af os. Brugte ting opfattes som unikke og specielle, fordi det ikke er noget, alle kan erhverve sig et eksemplar af. Et fund i genbrug er som et jagttrofæ, man kan hænge op på væggen og vise frem. Vi føler, det gør os unikke"* (Berlingske, 2012, ¶ Nyt er yt – genbrug har bidt sig fast). Således er længslen muligvis ikke kun et forsøg på at finde et fast holdepunkt, men kan også være et forsøg på at finde os selv.

Med udgangspunkt i mine egne observationer, og fundene i det forudgående, formoder jeg, at der rent faktisk kan være tale om en reel forbrugertendens. Den antages at bestå i en fascination og optagelse af 30'erne – 90'erne, der er så stærk, at den leder til køb af produkter

fra, og forbundet med, fortiden. Baseret på de ovennævnte artikler og udtalelser, kan tendensen umiddelbart tænkes, at være resultatet af en stadig mere kompleks og usikker verden, der gør at individet længes efter trykthed og fast indhold. Det tilbagevendte blik kan samtidig tænkes, at være en nostalgisk reaktion på denne verden, hvori man søger tilflugt og ro. Men er det at være nostalgisk ikke kun noget, man kan være i forhold til sit eget liv? Ifølge Lasaleta, Sedikides & Vohs kan nostalgi ikke kun defineres som en følelse, der fremkommer ved at reflektere på ens *egen* fortid, men kan derimod ligeledes, i al sin enkelthed, defineres som en præference for mennesker, steder og objekter fra fortiden (Lasaleta et al., 2014, s. 713-714).

Ser man på de ting vi køber, gør og efterspørger under tendensen som et moderne tegn – så drømmer vi ifølge den franske sociolog og kulturteoretiker, Jean Baudrillard, om det tegnet refererer til, og ønsker inderligt at genopdage et mere bindende bånd (Baudrillard, 1988, s. 139). Dette kommer Kristian Handberg ligeledes ind på: *"Retro-kulturen forholder sig til, [...] hvad der går og ikke går i nutiden. Den kritiserer det nye og peger på dét, der er værd at bevare fra den nære fortid."* (Videnskab DK, 2012, ¶Derfor er 50'erne kommet på retro-mode). Men hvad er det helt præcis i vores samtid, der skaber problemer for individet, og får det til at søge tilbage? Hvordan er fortidens kultur og levemåde blevet det vi stræber efter – skulle vi ikke forestille at være mere lykkelige og velhavende end nogensinde før? (Berlingske, 2012, Derfor er vi verdens lykkeligste folk) Vi er tilsyneladende blevet nostalgiske i vores forbrug, men hvad vil det egentlig sige – og kan man overhovedet sige det? Dette speciale vil gå et spadestik dybere, og jævnfør et velovervejede forskningsspørgsmål i *afsnit 2. Problemformulering*, vil opgaven grave ned i den formodede forbrugertendensen, og søge en forståelse heraf.



## 1.1. Case

For at konkretisere mine observationer yderligere, har jeg valgt at fremlægge en kort case, for at eksemplificere og visualisere den antagne forbrugertendens bedst muligt. Her tager jeg udgangspunkt i det stigende salg af vintage- og ældre reklameplakater, der kortfattet nævnes i forrige afsnit. Afsnittet skal gøre forbrugertendensen mere håndgribelig, og samtidig hjælpe med at levendegøre den for læseren.

Som et led i den nostalgiske dyrkelse af gamle klassikere, er indretning og interiør til hjemmet ligeledes eksploderet. Ifølge Mette Mechlenborg, projektchef ved Dansk Bygningsarv, er vores valg af indretning et symbol på de værdier, som er blevet en mangelvare i vores tid: Tradition, fællesskab, familie og stabilitet. *"Hjemmet er blevet et vigtigt redskab i opbygningen af en meningsfuld identitet og livsfortælling. Førhen blev dette projekt defineret på forhånd af Gud, Konge og far. I dag må vi selv skabe det [...]"* (Kommunikationsforum, 2006, ¶ Hjemfalden ). Hjemmet er altså i høj grad kommet til at signalere, 'hvem vi er' (Ibid.).

Ifølge Lars Dybdahl, forskningschef på Danmarks Designmuseum, falder købet af ældre, originale plakater ind under den øgede tendens til at slå rødder gennem vores private indretning. *"Efter finanskrisen har der været en øget interesse for tryghed, tradition og etablerede værdier i vores boligindretning, og her er gamle reklameplakater en del af pakken"* (Børsen, 2014, ¶ Gamle reklamer hitter). Interessen for fortidens plakater er genopstået, fordi de signalerer retro, og fordi vi således kan trække de gamle værdier ind i vores hjem – de er en måde at afspejle hverdagskulturen på. Populariteten skyldes desuden at plakaterne er tættere på den ægte vare end eksempelvis kunstreproduktioner, "Plakaterne er jo oprindeligt trykt på papir," udtaler Lars Dybdahl (Ibid.). Det er især art deco-stilen og plakatkunstnere som Aage Rasmussen, Sven Brasch og Tage Werner, der er populære; og ifølge Jesper Pedersen, ejer af Nordeuropas største plakatbutik 'Posterland', så kommer tendensen kun til at vokse i de kommende år (Ibid.).

På næste side viser figur 1 – 4 et udpluk af reklameplakater fra 1922 – 1946.



Figur 1.

Oma-reklame fra 1930 af Tage Werner.  
(Dansk plakatkunst, u.å., ¶ Husmoderens 5 minutter)



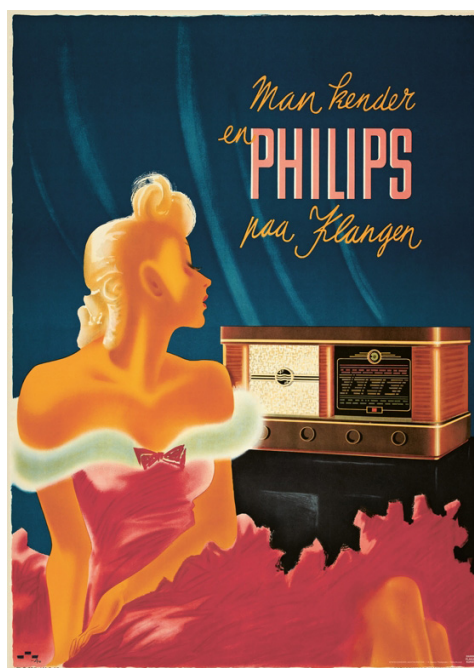
Figur 2.

Turistplakat fra 1946 af Aage Rasmussen.  
(Etsy, u.å., ¶ Denmark Travel Poster, 1946 - Poster Paper)



Figur 3.

Teaterplakat fra 1922 af Sven Brasch.  
(Dansk plakatkunst, u.å., ¶ kameliadamen)



Figur 4.

Philips-reklame fra 1940 af Henry Thelander.  
(Dansk plakatkunst, u.å., ¶ Man kender en Philips)

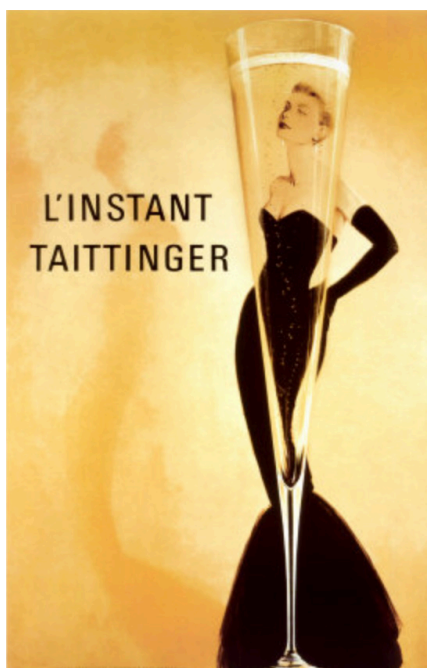
På verdens (selvproklameret) største website for salg af plakater, Allposters.dk (www.allposters.dk), ses tendensen ligeledes, hvis man kigger under 'mest solgte' i mange af de forskellige produktkategorier (se referencerne under nedenstående figurer). Her ser man, hvorledes fortidens motiver og personligheder, nærmest konsekvent ligger i toppen når det gælder salgstal. Desuden opdager man hurtigt, at ligesom de ovennævnte reklameplakater fra 30'erne og 40'erne, så er 50'erne – 90'ernes kultur og afbildning også enormt populær. Motiverne, på et udpluk af de mest solgte plakater på allposters.dk, taler næsten for sig selv i de efterfølgende otte figurer.



**Figur 5.**

**Frokost på en skyskraber, ca. 1932 af Charles C. Ebbets.**

(AllPosters, u.å., ¶ Fotografi plakater)



**Figur 6.**

**L'Instant Taittinger, 1988 af Claude Taittinger.**

(AllPosters, u.å., ¶ Vintagekunst)



**Figur 7.**

**Azurkysten, ca. 1935 af Jean-Gabriel Domergue.**

(AllPosters, u.å., ¶ Rejse plakater)



**Figur 8.**

**Kurt Cobain, ca. 1993.**

(AllPosters, u.å., ¶ Musik plakater)



Figur 9.

John F. Kennedy, ca. 1962.

(AllPosters, u.å., ¶ Mennesker plakater)



Figur 10.

Smile Retro Camera, 2015.

(AllPosters, u.å., ¶ Motiverende plakater)



Figur 11.

The Beatles, 1969.

(AllPosters, u.å., ¶ Musik plakater)



Figur 12.

Marilyn Monroe reading paper, ca. 1955.

(AllPosters, u.å., ¶ Mennesker plakater)

Således har fremgangen i salget af vintage- og ældre reklameplakater, sat ansigt på en gren af forbrugstendensen, og givet en forståelse af, hvori tendensen *kan* bestå. Denne viden kan eventuelt være behjælpelig i specialets videre forløb og retning.

## 2. Problemformulering:

I kraft af mine observationer i afsnit 1. *Indledning* og afsnit 1.1. *Case*, anes en tendens i vores forbrugskultur til at dyrke en fortid, som de individuelle forbrugere ikke selv har været en del af. Med andre ord kan forbrugerne umiddelbart kun have en forestilling om denne fortid, som de virker så betagede af. Tendensen giver udtryk for en længsel efter noget, og virker dermed nostalgisk i sin form; men hvilke motiver og behov har forbrugeren for eventuelt at søge tilbage til fortiden i sine køb og præferencer?

Ud fra denne undren, vil jeg i specialet arbejde ud fra en antagelse om, at der kan eksistere en moderne forbruger, hvis præferencer og købsadfærd (i visse situationer) styres af fortidens kultur og levemåde, og dermed kan ses som værende nostalgisk i sin adfærd. Denne forbrugskultur, undersøges i forhold til et postmoderne og nostalgisk fokus – med henblik på at afdække potentielle årsager til, og processer i, forbrugers formodede betagelse af fortiden.

Problemformuleringen operationaliseres gennem følgende undersøgelsesspørgsmål:

- *Hvilken rolle spiller nostalgi i den moderne forbrugskultur? – Længes nogle forbrugere efter fortiden, og i så fald, hvorfor?*

I dette forskningsspørgsmål ligger det implicit, at nostalgi er udtryk for en fascination og længsel efter en fortid, der ikke umiddelbart udgør ens personlige fortid. Spørgsmålet fordrer desuden to hovedundersøgelsesområder. En undersøgelse af det moderne samfund – den samtid, der har foranlediget forbrugskulturen og nostalgien; og samtidig en undersøgelse af begrebet nostalgi og hvorledes dette kan kædes sammen med forbrug. For at finde frem til den rolle nostalgien spiller i den moderne forbrugskultur, skal jeg kigge på den moderne forbruger og afdække i hvilken grad nostalgi er del af dennes forbrugsmønster.

Specialet vil således primært bidrage med ny viden omkring forbrugskultur og nostalgisk adfærd. Det færdige resultat vil give en forståelse af nostalgis rolle i forbrugskulturen, og afklare hvorvidt og/eller hvorledes nogle forbrugere er nostalgiske i deres forbrugsmønster.

## 2.1. Afgrænsning

Specialet undersøger genstandsfeltet ud fra videnskabelig metode og teori, der er vurderet passende for opnåelsen af et tilfredsstillende forskningsresultat – disse valg forsvares løbende i blandt andet *afsnit 3. Metode*. Dette indebærer selvsagt et fravalg af anden metode og teori, der ligeledes kunne have assisteret i specialets målopnåelse. Her er det vigtigt at pointere, at specialet er en undersøgelse af genstandsfeltet i forhold til den udvalgte metode. Jævnfør specialets problemformulering (*afsnit 2.*) er specialets mål, at afdække *potentielle* årsager og processer i forhold til genstandsfeltet. Det er således også vigtigt at pointere, at specialet *ikke* er en undersøgelse af *alle* tænkelige årsager til, og processer i, en eventuel nostalgisk adfærd i den moderne forbrugskultur. Det er heller ikke specialets mål, at komme frem til den nøjagtige omfang af 'fænomenet'.

Specialet vil være en diskussion af den rolle nostalgien *kan spille* i den moderne forbrugskultur. Resultatet vil således ikke udgøre en endegyldig og definitiv sandhed. Som nævnt *afsnit 3.2.1. Hermeneutikken*, fortolker jeg desuden ud fra min egen synsvinkel, hvorfor specialets resultat ligeledes kunne være blevet et helt andet i andre hænder.

### 3. Metode

I afsnit 2. *Problemformulering* er det gjort klart, hvad specialet vil undersøge. I dette afsnit præsenteres specialets disposition, samt begrundes den videnskabsteoretiske og metodiske fremgangsmåde – altså hvordan genstandsfeltet undersøges. Der arbejdes eksplorativt i specialet, og metoden forelægger de fremgangsmåder, der benyttes til at producere den viden, der skal bidrage til besvarelsen af undersøgelsesspørgsmålet (Andersen, 2013, s. 14).

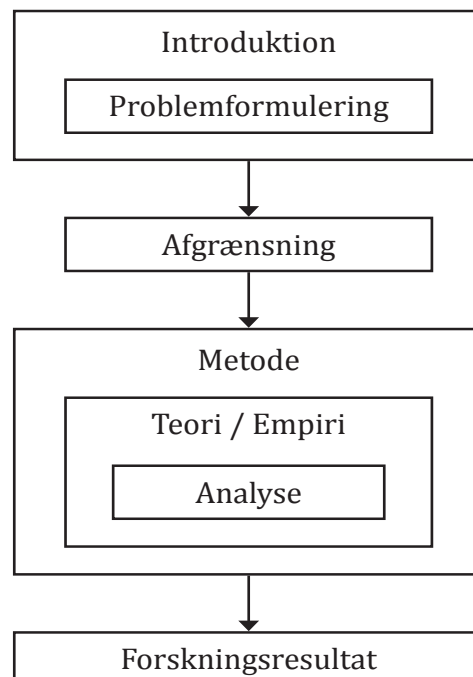
#### 3.1. Disposition

Specialet undersøger, hvilken rolle nostalgi spiller i moderne forbrugskultur.

Undersøgelsesspørgsmålet og problemformuleringen er baseret på en introduktion til specialets genstandsfeltet, der er baseret på egne observationer og sekundære kilder.

Herefter afgrænses specialet, hvorefter undersøgelsesspørgsmålet først og fremmest søges besvaret ved hjælp af udvalgt metode, altså hvorledes jeg forstår og undersøger

genstandsfeltet. Herunder bearbejdes relevant teori og empiri, der senere analyseres og understøtter hinanden. Dette skal i sidste ende give en forståelse af nostalgis rolle i den moderne forbrugskultur. Specialet er således struktureret på følgende måde:



Figur 13. (Efter egen tilvirkning)  
Specialets disposition.

### 3.2. Videnskabsteoretisk tilgang

Videnskabsteoretikere har en fælles ambition – et fælles ønske, om at producere ny viden gennem empirisk og teoretisk forskning (Nygaard, 2012, s. 9). I den sammenhæng ser jeg valget af videnskabsteoretisk fremgangsmåde, som et grundlæggende værktøj, der kan assistere mig i at skabe den indsigt, der er fundament for specialets forskningsresultat.

Det videnskabsteoretiske standpunkt er den optik, man ser verden med fra et forskningsmæssigt perspektiv (Ibid., s. 23). Den videnskabsteoretiske tilgang skal dermed hjælpe med at anskue og analysere den teori og empiri jeg støder på, og i sidste ende være med til at sikre validiteten af den viden, der produceres.

I dette speciale er hermeneutikken valgt som videnskabsteoretisk standpunkt. Viden om genstandsfeltet er således bundet til subjektive forståelser, hvorfor jeg rent epistemologisk opnår erkendelse, ved at udvide min forståelse gennem andres forståelse. Rent metodologisk kan denne viden indhentes gennem kvalitative metoder, der kan afdække andre forståelseshorisonter og skabe gensidig forståelse (Ibid., s. 27-28).

Som supplerende videnskabsteori har jeg valgt socialkonstruktivismen, da jeg, rent ontologisk, ser opfattelsen af virkelighed i forhold til genstandsfeltet, som dybt afhængig af det sociale og kulturelle perspektiv man anlægger på virkeligheden. Nostalgi, fortid, kultur, forbrug og selve forestillingen om fortiden, kan alt sammen ses som værende sociale konstruktioner (Ibid., s. 36). I de efterfølgende afsnit begrundes og uddybes disse videnskabsteoretiske valg.

#### 3.2.1. Hermeneutikken

Ifølge Hans Georg Gadamer tolker vi næsten altid det, vi ikke kender eller forstår, ud fra det vi kender – altså har vi en forforståelse, som vi 'forstår' ud fra. Denne er ikke fastlåst, men ændres og revideres konstant i mødet med ny viden, nye erfaringer og indtryk (Gadamer, 2007, s. xviii). Med inddragelsen af Gadamers hermeneutiske perspektiv, vil jeg dermed bevidst tage min forforståelse med i min undersøgelse, og lade denne danne grundlaget for min videre fortolkning og forståelse – alt imens jeg vil være åben for nye perspektiver. Da vi ikke skal overgive os til vores fordomme, men altid huske at spørge til deres herkomst og



gyldighed (Ibid., s. xix), vil jeg forholde mig kritisk til min forudindtaget, og samtidig til de kilder jeg støder på.

Den dynamik, der opstår i forståelsesprocessen, ser Gadamer som den hermeneutiske cirkel, hvori forståelsen hele tiden formes gennem overleveringens bevægelse og fortolkerens bevægelse (Ibid., s. 279). Andreas Beck Holm uddyber ved at forklare, hvorledes der i cirklen konstant dannes lige så mange spørgsmål som svar, fordi der hele tiden kan opstå nye veje til forståelse. Samtidig forstår man en tekst ud fra de dele, den består af, og man forstår delene ud fra den helhed de tilsammen skaber (Holm, 2011, s. 86-87). Min forståelse af fænomenet vil dermed afslutningsvis være et produkt af min forforståelse, samt den indhentede teori og empiri. I bevægelsen og vekselvirkningen mellem disse dele, opnår jeg kontinuerligt en forståelse af helheden, og omvendt, som det også lige er nævnt, forstår jeg delene ud fra denne helhed. Hermeneutikken skal altså medvirke til opnåelsen af en dybere del- og helhedsforståelse af nostalgis rolle i den moderne forbrugskultur. Det søges at tydeliggøre den moderne forbrugskultur, nostalgis rolle i forbruget, og at forstå den kontekst som den moderne forbruger lever i, skal forholde sig til og delvist træffer sine valg ud fra. Ved at undersøge flest mulige aspekter, og hele tiden bevæge mig mellem dele og helhed – sigter jeg mod en forståelseshorisont, der kan tegne et nuanceret og tydeligere billede af nostalgis rolle i moderne forbrugskultur.

Ifølge Gadamer, forudsætter vi en fuldkommenhed når vi læser en tekst – en sandhed (Ibid., s. 280) – men samtidig understreger han at en fuldstændig oplysning er illusorisk (Ibid., s. xix). Da jeg fortolker ud fra min egen synsvinkel, og den forforståelse jeg har med i bagagen – er jeg fuldt ud bevidst omkring det faktum, at jeg kun kan nå frem til et forskningsresultat, der er en forståelse af fænomenet i forhold til min forforståelse, og dermed ikke udgør en endegyldig sandhed. Dog sigtes det at give et så præcist og nuanceret billede af mit genstandsfelt som muligt, hvorfor der eksempelvis inddrages ekspertinterviews (afsnit 3.4.4. *Det kvalitative forskningsinterview*), hvor eksperternes viden og autoritet anerkendes og tages til efterretning. Det endelige resultat bliver en udvidelse af min og beskuers horisont, der forhåbentlig kan gøre begge parter klogere på nostalgis rolle i den moderne forbrugskultur.

### **3.2.1.1. Min forudforståelse**

"... I sig selv betyder fordom en dom, der fældes, før man grundigt har undersøgt alle sagligt afgørende momenter." (Gadamer, 2007, s. 258).

Som nævnt i forrige afsnit er jeg nødt til at være bevidst om mine fordomme, så jeg er opmærksom på, hvorledes disse kan påvirke min umiddelbare forståelse af teori, empiri og anden information. For at forholde mig så objektivt som muligt, vil jeg derfor nedskrive min forforståelse på en række nøgleområder, der i projektets udgangspunkt vurderes at være essensen i specialets problemformulering og forskningsspørgsmål. Nedskrivningen af disse vil ligeledes synliggøre mulige ændringer i min forståelse, og være med til at afsløre hvorledes min horisont har rykket sig, når jeg står med et endeligt resultat.

#### ***Tendensen***

Som det kan udledes af afsnit 1. *Indledning*, har jeg en formodning om, at tendensen delvis skyldes, at vi lever i en mere og mere digital, teknologisk og uvedkommende verden. Således tror jeg at tendensen er et modsvar på denne udvikling, og at forbrugeren søger tilbage til svundne tider – tider, hvor fællesskab var en kerneværdi, hverdagen var mere simpel, reklamerne var færre og miljøet havde det bedre. Det moderne individ længes efter fortiden, fordi forestillingen om datidens forhold giver tryghed og ro. Købet af retro- og vintageprodukter kan tænkes at være en måde, hvorpå individet tager trygheden med hjem i stuen. Desuden tror jeg, at fascinationen af fortiden altid har eksisteret, og at den nuværende tendens delvist bunder i en nutidig trend, hvor alt der er vintage er oppe i tiden. Herunder er det især en fascination af fortidens kultur, indretning og mode, der, i mit perspektiv, gør sig gældende.

#### ***Den moderne forbrugskultur og det postmoderne individ***

Tidligere i mit uddannelsesforløb har jeg gennem anvendelsen af sociologer, som eksempelvis Anthony Giddens, stiftet bekendtskab med postmodernitetens påvirkninger på individet og dets forbrug. Her er jeg blevet bevidst om den påvirkning den moderne, globaliserede verden kan have haft på nutidens forbrugere, hvor vejen væk fra traditionelle værdier har gjort individet ontologisk usikkert. Som et resultat heraf, skaber individet i højere grad sin identitet og fortælling gennem forbrug. Individet er desuden blevet enormt refleksivt, da intet længere

er givet, og man derfor skal forholde sig til et stadigt større udbud af valg, samt konsekvenserne af disse valg.

### **Nostalgi**

At være nostalgisk ser jeg som det, at længes efter noget fra fortiden. I min optik fremkaldes nostalgi almindeligvis af et stykke musik, et billede eller en genstand fra ens egen fortid, men nostalgien kan også fremkaldes af noget, som man ikke har en personlig tilknytning til, men som blot vækker en længsel efter noget. Det 'at være nostalgisk' ser jeg som en længsel efter svundne, og overvejende positive tider, der har et eftermæle så stærkt, at det er noget man drømmer om.

### **3.2.2. Socialkonstruktivismen**

Alt imens hermeneutikken er et hjælpsomt og velegnet videnskabsteoretisk værktøj for den videnskabelige kvalitetssikring af specialets forskningsresultat, så har denne tilgang samtidig sine begrænsninger, hvormed der opstår en problematik for forskningens videre forløb. For nok kan hermeneutikken anvendes til at afkode nostalgis rolle i den moderne forbrugskultur – ved at nedbryde genstandsfeltet til de dele det består af, og søge at forstå disse i forhold til helheden og omvendt, samt forstå den kontekst det moderne individ lever i – men hvordan skal dele, helhed og kontekst så forstås?

Af denne grund inddrages en supplerende videnskabsteori i form af socialkonstruktivismen, hvilket betyder at jeg ser dele, helhed og kontekst som sociale konstruktioner (Berger & Luckmann, 1966, s. 27). Altså anerkender jeg den samfundsskabte virkelighed - at hvad der er virkeligt er relativt, og kan være forskelligt fra individ til individ, fra gruppe til gruppe - og har således for øje at analysere, hvorledes skabelsen har fundet sted (Ibid., s. 13).

Dette betyder reelt, at jeg forsøger at afdække de sociale konstruktioner, der udgør det moderne individs verdenssyn og praksisser i forhold til genstandsfeltet. Forbrugskulturen, det at være nostalgisk, fortiden og forestillingen om den, etc., ses alt sammen som sociale konstruktioner, hvis indhold er resultat af det moderne individs perspektiv. "*Og da al menneskelig viden udvikles, overføres og vedligeholdes i sociale situationer*" (Ibid., s. 15), vil jeg prøve at afdække de processer, der har været fundament for den moderne forbrugskultur og nostalgi. Ifølge Berger beskæftiger videnssociologien i socialkonstruktivismen "*... sig med*

*forholdet mellem den menneskelige tanke og den sociale kontekst, hvori den opstår.*" (Ibid., s. 16). Og mere præcist kan mine mål ikke defineres - jeg vil finde frem til den moderne forbrugers nostalgi, samt baggrunden for denne nostalgi.

Finn Collin påpeger, hvordan det skal være en gammel sandhed, at *"hver generation må skrive historien om på ny"* (Collin, 2003, s. 28). Hermed menes det, at hver generation anlægger nye synsvinkler på sig selv og sin fortid, i kraft af ny viden og nye problematikker (Ibid., s. 28). I den sammenhæng vil jeg være opmærksom på, at der kan eksistere en social konstruktion om fortiden. En konstruktion der ikke nødvendigvis hænger sammen med realiteterne, men kan være skabt i et krydsfelt mellem fortidens faktiske tilstand, og det moderne individs forståelse og kontekst.

Generelt er jeg erkendelsesteoretisk i min socialkonstruktivistiske tilgang, hvormed jeg anerkender, at vores virkelighedsbillede *"altid vil være udtrykt i begreber og kategorier, der er bestemt af andre faktorer end selve genstanden for erkendelsen"* (Ibid., s. 25). Vores syn på en genstand er altså bestemt af forskellige faktorer – typisk sociale omstændigheder – og er ikke umiddelbart en repræsentation af genstanden i sig selv. De ting, det moderne individ køber, er derfor ikke bare materielle, sjælløse objekter, men har altså en betydning og en kontekst, der er bestemt af øjnene der ser. På samme måde kan en eventuel længsel, eksempelvis tænkes at være resultatet af forskellige omstændigheder, der gør at man længes efter noget.

Jeg arbejder hovedsageligt med viden om den sociale virkelighed – forståelsen som social konstruktion – og anerkender, at menneske og samfund udvikler sig i en historisk og kontinuerlig proces, hvori der konstant opstår nye fænomener og synsvinkler, der kan anvendes til at beskrive disse (Ibid., s. 28-29). Det moderne individs tænken og ageren kommer dermed under lup med socialkonstruktivismen, der kan være med til at tydeliggøre dennes virkelighedsbillede.

Således anvendes hermeneutikken hovedsagelig som forståelsesramme, til at de- og rekonstruere nostalgis rolle i den moderne forbrugskultur, samt den kontekst den moderne forbruger lever i. Målet er en forståelse for elementerne og helheden, og en udvidelse af min horisont. Imens supplerer socialkonstruktivismen til forståelsen, ved at jeg således ser både dele og helhed som sociale konstruktioner, der i kraft af blandt andet social og tidsmæssig

kontekst har fået deres betydning. Den videnskabsteoretiske tilgang vil hovedsageligt ligge implicit igennem specialet.

### 3.3. Analysestrategi

Dette afsnit vil redegøre for, hvorledes jeg rent analytisk vil arbejde mig hen mod forståelsen af nostalgis rolle i den moderne forbrugskultur. I de forrige afsnit har jeg forklaret, hvordan jeg gennem en vekselvirkning vil søge at forstå de dele og den helhed, genstandsfeltet består af og er en del af. Jævnfør specialets problemformulering står jeg dermed, i min optik, overfor to analyser:

1. Samtidsanalyse: En analyse af helheden (den kontekst, der har foranlediget forbrugskulturen og eventuelt nostalgien)
2. Indholdsanalyse: En analyse af delene (det der udgør den moderne, potentielt nostalgiske forbruger)

Punkt ét skal, gennem et postmoderne fokus, give en forståelse af det samfund og den tid, der har foranlediget forbrugskulturen og potentielt nostalgien. Samtidig skal et nostalgisk fokus give en forståelse af, hvad nostalgi er og hvorfor man længes efter fortiden, hvilket formodes at være hvad tendensen (nævnt i *afsnit 1. Indledning*) er udtryk for. Således vil samtidsanalysen gennem et postmoderne og nostalgisk fokus afsløre, hvorvidt og hvorledes der kan være tale om en nostalgisk tendens i den moderne forbrugsadfærd. Dette sker på baggrund af et udvalgt teoretisk grundlag (*afsnit 4. Teori*), suppleret af kvalitativ empiri (*afsnit 3.5. Empiri*), samt beskedne dele af den sekundære empiri, der allerede trækkes på i *afsnit 1. Indledning*.

Jævnfør min socialkonstruktivistiske tilgang tegner analysens postmoderne fokus, grundlaget for konstruktionen af den moderne forbruger og dennes virkelighedsbillede, der i høj grad er afhængig af samtiden (jf. *afsnit 3.1.2 Socialkonstruktivismen*). Det nostalgiske fokus kommer i naturlig forlængelse heraf, da den moderne forbruger ikke kan stemples som nostalgisk i sin adfærd, uden først at definere hvad nostalgi er. Det at være nostalgisk kan ses som en socialt konstrueret proces, hvis definition, ophav og destination i høj grad afhænger af samtiden og omstændighederne. Den postmoderne del af analysen lægger op til den nostalgiske del ved at beskrive de påvirkninger, der har haft betydning for konstruktionen af den moderne

forbrugers behov og eventuelle fascination af fortiden. På denne baggrund kan den nostalgiske del af samtidsanalysen afdække, i hvilken forstand den moderne forbruger kan tænkes at være nostalgisk – i sig selv og i sit forbrug.

På baggrund af samtidsanalysen kan der træffes en række mere eller mindre konkrete antagelser om de dele, der kan udgøre den moderne, potentielt nostalgiske forbruger. Herunder påvirkninger, nostalgiske sider, behov og tanker. Men dette er kun begyndelsen på indholdsanalysen. Det er nemlig delvist ud fra disse antagelser, at jeg angriber datagenereringen til indholdsanalysen, der vil bestå af kvalitative forskningsinterview med moderne individer, der vurderes at være relevante kilder i forhold til genstandsfeltet. Indholdsanalysen bliver således en analyse af kvalitativ empiri, der er baseret på samtidsanalysen. Indholdsanalysen holdes samtidig kontinuerligt op mod samtidsanalysen, så der på denne måde opnås en forståelse af den moderne forbrugers dele, ud fra den helhed, som denne lever i og er et produkt af.

Ovenpå samtidsanalysen, der kan afsløre, hvad der har foranlediget den moderne forbrugskultur og nostalgi, kommer indholdsanalysen altså frem til en dybere forståelse af den moderne, potentielt nostalgiske forbruger – ved at analysere kvalitativ empiri indhentet hos moderne individer, der kan forestilles at være relevante i forhold til genstandsfeltet. Således er denne del af analyseafsnittet med til at afdække, den moderne, potentielt nostalgiske forbruger. Hermed kommer vi tættere på, om denne rent faktisk længes efter fortiden, og om nostalgi rent faktisk spiller en rolle i den moderne forbrugskultur. På sin vis efterprøver indholdsanalysen altså samtidsanalysen, og undersøger om den moderne forbruger *er* påvirket i en nostalgisk retning eller er nostalgisk i den forstand teoretikerne eventuelt snakker om. Herudover ligger interviewudsagnene eventuelt ny indsigt og nye indfaldsvinkler oveni samtidsanalysen.

De tråde og konklusioner, der kan trækkes og drages af analyseafsnittet som helhed, giver svaret på specialets forskningsspørgsmål i opgavens konklusion (*afsnit 6. Konklusion*).

Metoden for selve dataanalysen, kan findes i *afsnit 3.5.3.3. Dataanalyse*.

### 3.4. Teorigrundlag

Som nævnt i forrige afsnit vil samtidsanalysen (der også danner grundlaget for den senere indholdsanalyse) blandt andet være funderet på et udvalgt teoretisk grundlag. Den valgte teori kommer, i kraft af analysens postmoderne og nostalgiske fokus, til at berøre lige præcis disse to områder.

Således har jeg efter grundige overvejelser valgt at benytte tre sociologer, hvis teorier (mig bekendt) er både anerkendte og efterprøvede. Disse er Anthony Giddens (1996), Zygmunt Bauman (2006) og Jean Baudrillard (1988), der alle skal bidrage til at udvide min forståelse for moderniteten, og hvorledes denne har påvirket det moderne individ og været med til at skabe den moderne forbrugskultur. Der er her udvalgt tre teoretikere, da de således kan støtte og supplere hinandens synspunkter.

Teorigrundlaget for det nostalgiske fokus, skal som berørt i afsnit 3.3. *Analysestrategi* give en forståelse af, hvad nostalgi er og hvorfor man kan længes efter fortiden. Samtidig skal denne del af specialet afklare, hvorledes nostalgi kan komme til udtryk i den enkeltes forbrug. Som basis for definitionen af nostalgien, og den nostalgiske proces, anvendes Svetlana Boym (2001) og Sigmund Freud (1941). I min litterære research omkring nostalgi, faldt jeg flere gange over Svetlana Boym, forhenværende professor ved Harvard University, hvis udlægning af konstruktionen er en af de mest kendte og benyttede (Boston.com, 2015, ¶ *Svetlana Boym, a Harvard professor who examined nostalgia and vanished worlds, died in Boston*). Sigmund Freud behøver formentlig ingen nærmere introduktion, til gengæld er han ikke umiddelbart kendt for at operere i nostalgi. Som det senere findes i afsnit 4.2.2. *Nostalgi og forbrug*, kan hans teori om forsvarsmekanismer og drømme dog være med til at forklare mekanismen i den nostalgiske adfærd. Som det ligeledes nævnes i starten af førnævnte afsnit, har det på den anden side været svært at finde teori, der forbinder nostalgi og forbrug. Af denne grund er omtalte afsnit baseret på en række videnskabelige artikler, der overvejende er skrevet og udarbejdet af professorer, der blandt andet forsker i nostalgibegrebet.

Teorien kan ses som værende det stykke værktøj, man tilgår undersøgelsesområdet med. Teorien giver et udgangspunkt for specialets videns-skabelse og vil samtidig, gennem specialet, blive benyttet til at analysere og diskutere undersøgelsesområdet.

### 3.5. Empiri

Specialets forskningsresultat kommer i høj grad til at afhænge af den empiri, der indsamles. Det er her opgaven står på egne ben, går ud i felten og indhenter viden omkring genstandsfeltet. Som afsløret i afsnit 3.3. *Analysestrategi*, vil specialets indhentede empiri nærmest udelukkende bestå af kvalitative forskningsinterview, der skal afsløre nostalgis rolle i den moderne forbrugskultur. To ekspertinterview vil give viden om genstandsfeltet, der kan supplere specialets analyse. To forbrugerinterviews bliver blandt andet formet på baggrund af specialets teori, sekundære empiri og den efterfølgende samtidsanalyse, der tilsammen gør, at man kan gisne om den moderne, potentielt nostalgiske forbrugers dele. Med andre ord, så vil den viden jeg har indsamlet på det tidspunkt, gøre at jeg er i stand til at stille disse informanter en række kvalificerede spørgsmål, der forhåbentlig kan bringe mig nærmere en forståelse af nostalgis rolle i den moderne forbrugskultur.

Men hvorledes er valget faldet på denne empiriske fremgangsmåde? Og hvordan maksimerer jeg chancerne for at indhente den mest muligt brugbare viden? Dette afsnit vil forsvare de empiriske overvejelser og fremlægge metoden for specialets datagenerering.

#### 3.5.1. Kvantitative eller kvalitative data?

Kvaliteten af den empiri, der indhentes, er altafgørende for forskningsresultatet - hvorfor jeg inden selve feltarbejdet må spørge mig selv: Hvordan indhenter jeg bedst den viden, der kan give mig svaret på mit forskningsspørgsmål? Eller som Stig Hjarvard har formuleret det: *"Skal man tælle eller tolke, når man bedriver empirisk analyse?"* (Hjarvard, 1997, s. 59).

Ifølge Steinar Kvale søger kvantitative undersøgelser objektive data, der skal kvantificeres, mens kvalitative undersøgelser søger meningsfulde relationer, der skal fortolkes (Kvale, 1997, s. 24). Det er givet, at der er afvigelser, men skal man være meget generaliserende, så kan kvantitativ forskning indekserer vores adfærd, mens kvalitativ forskning er sensitiv overfor den menneskelige situation og kan bidrage til at myndiggøre den (Kvale, 1997, s. 77-78). Kvantitative metoder ville dermed, muligvis være velegnede til at påvise, hvor udbredt nostalgien er i den moderne forbrugskultur – for eksempel gennem en standardiseret spørgeskemaundersøgelse – men som nævnt i afsnit 2.1. *Afgrænsning*, så er specialets mål ikke at finde frem til den præcise omfang af fænomenet. Tendensen formodes desuagtet at



have sin eksistens jf. de sekundære kilder i afsnit 1. *Indledning*, og de senere refleksioner i forhold til tendensen i afsnit 4.2.2. *Nostalgi og forbrug*.

Specialets primære objektiv er desuden, at opnå en forståelse af den moderne forbruger og hvilken rolle nostalgi spiller i dennes forbrugsmønster – og som Kvale selv udtaler om kvantitative og kvalitative metoder: "*deres anvendelighed beror på deres evne til at besvare de stillede forskningsspørgsmål*" (Kvale, 1997, s. 77). Med udgangspunkt i min hermeneutiske og socialkonstruktivistiske videnskabsteoretiske tilgang (jf. afsnit 3.2. *Videnskabsteoretisk tilgang*) anvender jeg kvalitativ metode, da jeg søger en fortolkende, detalje- og helhedsorienteret tilgang til den moderne, potentielt nostalgiske forbruger, hvis situation og relationer ikke uden videre kan kvantificeres. Kvantitative metoder vil ikke kunne give den samme dybdegående indsigt i den konstruktion, der er forbrugerens livsverden og verdensbillede (Nygaard, 2012, s. 130).

### 3.5.2. Fremgangsmåde

Hvorfor har jeg så valgt det individuelle kvalitative forskningsinterview som fremgangsmåde for min datagenerering? Genstandsfeltet for min forskning er nostalgis rolle i den moderne forbrugskultur. Med andre ord skal jeg, som nævnt i afsnit 2. *Problemformulering*, kigge på den moderne forbruger og afdække hvorvidt (og hvorledes) denne er nostalgisk - desuden skal jeg finde frem til det, der har foranlediget dennes forbrug og eventuelle nostalgi. Jeg skal finde frem til de ting, der påvirker det moderne individ og foregår i dets indre – hvorfor det ikke umiddelbart er noget, der eksempelvis kan observeres i traditionel forstand.

Traditionelle observationsteknikker er i højere grad brugbare når fænomener skal observeres i deres vante omgivelser (Andersen, 2008, s. 155). Samtidig er disse bedst egnede til mindre casestudier – i mindre grad større studier og deres årsagssammenhæng (Ibid., s. 157).

Samtidig har jeg fravalgt at lave fokusgrupper, da fokusgrupper først og fremmest er velegnede til at frembringe viden om sociale gruppers normer og interaktioner, mens de er mindre brugbare til at frembringe viden om individers livsverdener (Halkier, 2008, s. 13). I et individuelt interview er der større mulighed for at spørge ind til den enkeltes forståelse og erfaring, mens der i fokusgrupper er risiko for konformitet, polarisering og social kontrol

(Ibid., s. 13-14) – betydende at individets reelle følelser og tanker eksempelvis kan risikere at drukne i behovet for gruppens accept.

Således er valget altså faldet på det individuelle kvalitative forskningsinterview. I hermeneutisk forstand kan interviews afdække andres forståelseshorisonter og føre til gensidig forståelse. I socialkonstruktivistisk forstand kan den kvalitative metode afdække, hvordan sociale konstruktioner er skabt (Nygaard, 2012, s. 28-29). I forhold til projektets forskningsspørgsmål (afsnit 2. *Problemformulering*) kan jeg således, via kvalitative interviews, nå frem til en forståelse af den moderne forbrugers tankesæt og hvorledes dennes forståelse er skruet sammen. *”Det kvalitative forskningsinterview forsøger at forstå verden ud fra interviewpersonernes synspunkter [og] udfolde den mening, der knytter sig til deres oplevelser”* (Kvale, 2009, s. 17). Det er dermed i stand til at give adgang, beskrivelse, samt et umiddelbart og middelbart billede af den moderne, potentielt nostalgiske forbrugers oplevelse af verden (Ibid., s. 47), hvormed jeg kan finde om nostalgi spiller en rolle i den moderne forbrugskultur. Jeg skal have adgang til hvordan forbrugeren tænker, mener og føler, og her er individuelle interview i stand til at give kognitive resultater (Kvale, 2009, s. 170).

### 3.5.3. De kvalitative forskningsinterview

I kraft af begrænsninger på tid og plads i specialeprocessen, vil jeg prøve at få så meget ud af det forholdsvis beskedne antal interviews jeg har mulighed for at eksekvere. Af denne grund vælger jeg, foruden interview af udvalgte moderne forbrugere, at hente empiri hos eksperter, der kan forestilles at have dybdegående og mere generaliserbar viden på undersøgelsesområdet (Kristensen, 2007, s. 284).

At overgive sig, og stole på en anden persons ekspertise og viden, betyder ikke (ifølge Gadamer) at man underkaster sig eller giver afkald på fornuften, men blot at man erkender, at en anden person har en overlegen indsigt og dømmekraft på et givent område (Gadamer, 2007, s. 266). I den sammenhæng har jeg valgt at interviewe to ekspertkilder: Britta Timm Knudsen, lektor ved Aarhus Universitet og forsker i nostalgibegrebet, samt Søren Askegaard, professor ved Syddansk Universitet og forsker i forbrugeradfærd. Begge disse kilder vurderes at kunne give en viden og indsigt, der kan udvide forståelsen for nostalgi og den moderne forbrugskultur. Denne viden vil både kunne understøtte teorien i samtidsanalysen, og

eventuelt kunne bidrage med kvalificerede antagelser omkring den moderne, potentielt nostalgiske forbrugers livsverden i indholdsanalysen i *afsnit 5. Analyse*.

At finde frem til nostalgis rolle i den moderne forbrugskultur, fordrer nemlig lige præcis en indsigt i den moderne forbrugers indre, hvorfor jeg desuden vil interviewe to individer/forbrugere. Det er her jeg får direkte adgang til deres livsverden (Kvale, 2009, s. 47). Formålet med de i alt fire interviews er ikke at komme frem til flere forskellige opfattelser, men at benytte interviewudsagnene som dele til at opnå en bredere forståelse af helheden (Ibid., s. 235). Således skal de supplere hinanden, alt imens der forhåbentlig kan trækkes flere paralleller mellem de forskellige udsagn. Delene i de forskellige interviews skal bidrage til min forståelse og hjælpe med at fortolke den konstruerede helhed – den rolle nostalgien spiller i det moderne forbrug eller, med andre ord, hvorvidt forbrugeren er betaget af fortiden og hvori denne betagelse består.

Det er vigtigt at huske på, at viden ifølge hermeneutikken er kontekstuel (Ibid., s. 73), og at interview kan udmunde i afvigende fortolkninger, alt efter, hvem interviewer er (Ibid., s. 234). Med andre ord er målet med, og opbygningen af interviewene særdeles vigtig, da viden i en interviewsituation er noget, der konstrueres mellem interviewer og den interviewedes synspunkter (Kvale, 1997, s. 27). *"Et interview er en samtale, der har en struktur og et formål [...] og bliver til en omhyggeligt udspørgende og lyttende metode, der har til formål at tilvejebringe en grundigt efterprøvet viden."* (Ibid., s. 19). Således bygges interviewene op jævnfør rekommandationer af Steinar Kvale (Kvale, 1997, 2009), hvormed det sigtes at udvinde en nuanceret beskrivelse af informanternes synspunkter og livsverden på undersøgelsesområdet (Kvale, 1997, s. 43). Udformningen af interviewene beskrives i afsnit *3.5.3.2. Interviewopbygning*.

### 3.5.3.1. Udvælgelse af informanter

Som nævnt i forrige afsnit udvælges to forbrugere til individuelle interviews. Denne udvælgelse sker på baggrund af afsnit 1. *Indledning* og det senere afsnit 4.2.2. *Nostalgi og forbrug*. Begge steder synes der nemlig at forekomme belæg for, at forbrugernes eventuelle fascination og nostalgi omkring fortiden, kan kobles sammen med en præference for fortidens genstande og produkter. Således udtages disse informanter på baggrund af en tydelig (og anseelig) betagelse af fortidens genstande. Denne kan eksempelvis udledes af individets ejendele, interiør i hjemmet eller online tilstedeværelse (Instagram, Facebook, Pinterest). Deltagere til disse interviews efterlyses på diverse online fora på Facebook – se figur 14.



Figur 14.

Screenshot af opslag fra Facebook.

Ekspertkilderne er udvalgt på baggrund af deres anerkendte titler og virke, og fordi de vurderes at have en overlegen indsigt på specialets genstandsfelt. Britta Timm Knudsen er lektor ved Aarhus Universitet, forsker i nostalgi, og anvendes jævnligt som ekspert i forskellige medier. Hun er desuden udgivet i over 70 forskellige publikationer (Aarhus Universitet, u.å., Britta Timm Knudsen). Søren Askegaard er professor ved Institut for Marketing & Management på Syddansk Universitet, hvor han hovedsageligt forsker i forbrugeradfærd og forbrugskultur. Han har været forfatter og medforfatter til adskillige videnskabelige artikler, hvoraf flere også har beskæftiget sig med nostalgi. Søren Askegaard anvendes ligeledes, med jævne mellemrum, som ekspert i forskellige medier (Syddansk universitet, u.å., Søren Askegaard).

Fælles for interviewpersonerne er, at de er udvalgt efter deres potentiale som informanter. *"Gode interviewpersoner er samarbejdsvillige og velmotiverede; de er velformulerede og kyndige."* (Kvale, 2009, s. 187). Jeg vurderer at informanterne hver især kan byde ind med relevant viden, der i sidste ende kan få specialet nærmere et tilfredsstillende forskningsresultat. Der er dog ingen garantier i forhold til egnetheden af interviewpersoner – nogle mennesker er ganske enkelt vanskeligere at interviewe end andre. Derfor er min opgave at motivere og fremme informanternes beskrivelser, således at den bedst mulige viden sikres (Ibid., s. 188).

Videre præsentation af specialets informanter, kan findes i *bilag 2 - Interviewguide*.

### **3.5.3.2. Interviewopbygning**

Interviewenes opbygning tager et sporadisk udgangspunkt i Steinar Kvales syv stadier i en interviewundersøgelse (Kvale, 1997, s. 95).

1. Formål: Interviewenes formål varierer en smule, men er allerede nævnt i afsnit 3.5.3. *De kvalitative forskningsinterview*. Ekspertinterviewene skal udvide min forståelse for nostalgi i forhold til den moderne forbrugskultur – en viden, der kan bidrage til både samtidsanalysen og indholdsanalysen. Forbrugerinterviewene skal give mig en indsigt i moderne, potentielt nostalgiske forbrugeres livsverden. Disse skal afdække hvorvidt moderne forbrugere kan være betagede af fortiden, samt hvori denne betagelse består. Overordnet er objektivet for de fire interviews dog det samme; nemlig at indhente

empiri, der kan være med til at besvare specialets forskningsspørgsmål. Interviewene vil således være eksplorative og beskrivende i deres natur – betydende at formålet er at udforske nostalgis rolle i den moderne forbrugskultur, ved at følge op på den interviewedes svar, og samtidig søge at kortlægge centrale aspekter i dennes synsvinkler (Kvale, 2009, s. 126).

2. Interviewform: Den hermeneutiske metode er, som vi allerede ved, baseret på fortolkning og en konstant udvikling af forståelsen (*jf. afsnit 3.2.1. Hermeneutikken*). Derfor føler jeg kun, at det giver mening at lave delvist strukturerede interview, hvor man har en række mål og spørgsmål klar forud for interviewet, men er åben for nye synsvinkler, veje og informationer som informanten måtte bringe på bordet (Andersen, 2008, s. 169). Interviewene er dermed ustrukturerede i den forstand, at mange valg kan tages undervejs – eksempelvis beslutninger om at tilføje, fjerne og ændre spørgsmålenes rækkefølge (Kvale, 1997, s. 26). Under interviewene vil jeg gøre brug af en interviewguide, udarbejdet delvist på baggrund af samtidsanalysen (*afsnit 5.1. Samtidsanalyse*) og nogle centrale temaer i specialet, der giver overblik over de planlagte emneområder og spørgsmål (*bilag 2 - Interviewguide*). Qua interviewformen er guiden selvfølgelig fleksibel, men dens primære funktion er at sikre det bedst mulige flow i de individuelle interview. Hvert interview vurderes at tage ca. 30 minutter.
3. Spørgeforhold: I forhold til den hermeneutiske tilgang er det vigtigt, at der ikke stilles ledende spørgsmål, men at jeg som interviewer anvender åbne spørgsmål, således at informanterne selv kan forme og uddybe deres svar, og data ikke forringes. *“Det handler ikke om at få bekræftet sine fordomme eller gennemtvinge sine fortolkninger, men om at lytte til, hvad den anden har at sige.”* (Olsen, 2012, p. 343). Interviewene kan ydermere anskues som en rundtur i den hermeneutiske cirkel, hvori min horisont konstant udvikler sig, og informantens svar hele tiden kan åbne op for nye spørgsmål.
4. Forståelseshorisonter: Den hermeneutiske tilgang beror blandt andet på evnen til at være opmærksom på ens forforståelse og tage højde for den (*jf. afsnit 3.2.1. Hermeneutikken*). Under interviewene vil jeg derfor være bevidst om ikke at stille spørgsmål, der bærer præg af min forudindtagethed, men i stedet er åbne for alternative indfaldsvinkler. Herudover er det vigtigt, at intervieweren forud for interviewet har en viden om genstandsfeltet og interviewpersonen. Der skal nemlig

helst være en overensstemmelse mellem informanten og interviewerens forståelseshorisonter, hvis udsagnene skal kunne fortolkes korrekt (Nygaard, 2012, p. 88). Derfor vil jeg sætte mig ind i informanternes baggrund, og reflektere herom og på spørgsmålene, forud for hvert interview, mens jeg samtidig vil sætte hver informant ind i specialets og interviewets formål.

5. Transskribering og analyse: Det er ikke min intention at lave en dyberegående analyse af interviewenes sprog eller diskurs. I den fulde transskribering af interviewene tillægges pauser, informantens konstruering af sætninger eller udtalelse af ord ingen betydning (Kvale, 2009, p. 203). I specialet inddrager og omtaler jeg kun de passager, der synes relevante i forhold til besvarelsen af forskningsspørgsmålet. Den metodiske tilgang til den empiriske dataanalyse uddybes i afsnit 3.5.3.3. *Dataanalyse*. De transskriberede og respektive interviews kan findes i bilag 4-7.
6. Verificering: Som nævnt i *afsnit 3.5.3. De kvalitative forskningsinterview* kan et interview eksekveres og tolkes på flere måder, hvorfor validiteten heraf kan betvivles. Gennem planlægning af interviewprocessen og den senere dataanalyse, samt en velovervejet udvælgelse af interviewpersoner, har jeg dog forsøgt, at sikre så valide data som muligt forud for interviewene (Kvale, 2009, s. 275). Ved at foretage fire kvalitative interview, heraf to ekspertinterview, kan resultaterne desuden understøtte og komplimentere hinanden. Som eksperter på deres respektive områder vurderes Britta og Søren at have en gyldig og kohærent viden (de er veluddannede og har opbygget en stor erfaring gennem mange år), der vurderes at kunne bidrage med udsagn, der fortæller noget om virkelighedens sociale konstruktion (Ibid., s. 273-274). Eksperternes viden anses i denne sammenhæng, til nogen grad, som værende analytisk generaliserbar (Ibid., s. 290) – betydende at de, med lidt god vilje, kan anskues som talerør for de moderne, potentielt nostalgiske forbrugere. Det er selvfølgelig altafgørende, at der i selve analysen eksisterer en god overensstemmelse mellem specialets teoretiske grundlag og de empiriske opdagelser. Stemmer teorien overens med de respektive interviews, samt den sekundære empiri, kan opnåelsen af en tilfredsstillende validitet dermed præsumeres (Andersen, 2008, s. 83). Gennem en dybdegående planlægning af interviewprocessen, og en bevidsthed om at styre væk fra ledende spørgsmål, er konsistensen og troværdigheden af

forskningsresultatet – reliabiliteten – samtidig søgt sikret efter bedste evne (Kvale, 2009, s. 271).

Selve interviewene og spørgsmålene til informanterne, er, som tidligere nævnt, udarbejdet med udgangspunkt i specialets centrale temaer og delvist samtidsanalysen. Se interviewguiden (*bilag 2*) for en præsentation af interviewpersonerne og de forskellige spørgsmål.

#### 3.5.4. Sekundær empiri

Specialets datagrundlag for indledningen (*afsnit 1. Indledning*) og en lille del af samtidsanalysen (*afsnit x. Samtidsanalyse*) vil, som nævnt i *afsnit 3.3. Analysestrategi*, udgøres af sekundær empiri i form af eksisterende undersøgelser, artikler, udtalelser, samt andre kilder, der har noget at byde ind med i forhold til undersøgelsesområdet.

Ved anvendelsen af eksisterende datamateriale til – i min situation – hovedsageligt at understøtte specialets hypotese (*afsnit 2. problemformulering*), kan der spares megen tid og energi (Andersen, 2008, s. 159), der i stedet kan bruges på at skabe ny viden. Det tilstræbes selvfølgelig at inddrage så valide kilder som muligt.

#### 3.6. Dataanalyse

Strategien for den senere analyse i *afsnit 5. Analyse*, er allerede fremlagt i *afsnit 3.3. Analysestrategi*, der beskriver hvorledes jeg rent analytisk vil arbejde mig hen mod forståelsen af nostalgis rolle i den moderne forbrugskultur. Jeg mangler imidlertid stadig at forklare, hvorledes jeg helt præcis vil analysere og fortolke de data, jeg indhenter gennem specialet, og som er omdrejningspunktet for selve analysen.

Som nævnt i *afsnit 3.2.1. Hermeneutikken*, fortolker jeg ud fra mit personlige perspektiv i specialet, hvormed forskningsresultatet bliver en forståelse af genstandsfeltet i forhold til min egen forforståelse. Som det ligeledes nævnes i nævnte afsnit, så tager min forståelsesproces udgangspunkt i den hermeneutiske cirkel, hvormed jeg forstår delene ud fra helheden og omvendt. I min håndtering af den indsamlede teori og genererede data vil jeg således (ud fra min forforståelse) analysere og diskutere elementerne selvstændigt, i forhold til hinanden og i



forhold til helheden. Teori og empiri analyseres desuden fra en indholdsanalytisk tilgangsvinkel, hvor de tekstlige eller billedlige udsagn vurderes *"på deres pålydende, den tendens, de holdninger og normer, de er udtryk for."* (Hansen & Qvist, 2009, s. 190).

Selve interviewene analyseres begyndelsesvist i forbindelse med transskriptionen. Målet for analysen af interviewene er, at deres meningsindhold udvikles, at respondenternes egne meninger og forståelser bringes frem i lyset, og at jeg, som forsker, sammenholder og perspektiverer disse til teori m.v. (Kvale, 2009, s. 218). Interviewene bliver genstand for meningskondensering (implicit) – betydende at jeg i gennemgangen af disse, vil forsøge at udpege naturlige meningsenheder (Ibid., s. 228). Ved at lede efter mønstre og temaer i interviewenes udsagn, kan der opnås større integration mellem de forskellige stumper data (Ibid., s. 260). Disse temaer vil efterfølgende være genstand for yderligere fortolkning og teoretisk analyse/perspektivering i afsnit 5.2. *Indholdsanalyse*. Meningskondenseringen vil tage form direkte i analysen, hvor jeg blandt andet vil bruge citater fra mine interviews i deres naturlige enheder og tydeliggøre og forklare disse citater i den kontekst de siges, så der skabes en forståelse mellem delen og helheden.

## 4. Teori

Specialets teori danner grundlaget for samtidsanalysen, samt store dele af det empiriske arbejde og den efterfølgende indholdsanalyse (jf. afsnit 3.3. *Analysestrategi*). Ved hjælp af teoretikere, der allerede er præsenteret i afsnit 3.4. *Teorigrundlag*, belyses i dette afsnit omstændigheder og teorier for hvad der kan have foranlediget den moderne forbrugskultur, samt en eventuel nostalgisk adfærd heri. Desuden kan jeg komme frem til en definition af, hvad nostalgi helt konkret er.

Først vil det postmoderne fokus (afsnit 4.1. *Den postmoderne forbruger*) give indsigt i den samtid, som den moderne forbruger lever i og er et produkt af. Efterfølgende vil et nostalgisk fokus (afsnit 4.2. *Nostalgi*) afdække hvad nostalgi er, hvorfor man længes efter fortiden og hvorledes nostalgi kan komme til udtryk i individets forbrug.

Det er således her, vi bliver klogere på genstandsfeltet som helhed – nostalgien og den moderne forbrugskultur. Teorien vil efterfølgende blive anvendt i afsnit 5. *Analyse* til at analysere og diskutere, hvilken rolle nostalgi spiller i den moderne forbrugskultur – altså hvorvidt og hvorledes nogle forbrugere længes efter fortiden.

### 4.1. Den postmoderne forbruger

For at forstå nostalgis rolle i den moderne forbrugskultur, bliver jeg først nødt til at dykke ned i den samtid, der har bevirket forbrugskulturen og den moderne forbrugers livsverden. Det er her vi former et billede af den kontekst, der kan have forårsaget den nostalgiske tendens. Jeg har valgt at benytte henholdsvis Anthony Giddens' (1991) og Zygmunt Baumans (2006) modernitetsteorier, samt Jean Baudrillards (1988, 2001) simulationsteori, til at give en dybere forståelse for den moderne verden, den indvirkning som moderniteten har bragt med sig og hvordan alt dette har påvirket den moderne forbruger.

#### 4.1.1. Anthony Giddens

Med "*Modernitet og selvidentitet*" (1991) beskæftiger Giddens sig med de konsekvenser, postmoderniteten og globaliseringen har haft for det moderne individs valg, beslutninger og selvopfattelse. Generelt anser han globaliseringen for at have haft den største indflydelse på nutidens samfund, da den har ført til opløsningen af traditionelle fællesskaber og en fremmet

individualisering (Giddens, 1991, s. 9), men han opdeler de faktorer, der har haft størst indflydelse på det moderne individ, i tre temaer.

### **1) Adskillelsen mellem tid og rum**

Globalisering og moderne teknologi har bragt en uafhængighed af tid og rum med sig, hvormed afstanden mellem individer er blevet væsentligt mindre. Fysisk kan mennesket flytte sig hundredevis af kilometer på få timer, mens internettet f.eks. gør at vi, rent mentalt, kan nå den anden side af kloden på millisekunder (Ibid., s. 28).

Konsekvenserne er blandt andet, at forbrugstendenser spredt sig hurtigt globalt, og at vi lever i et skæringsfelt mellem forskellige kulturelle traditioner, der går på tværs af tid og rum. Tilstedeværelsen og fraværet krydser hinanden – vi er alle steder på én gang, men samtidig er vi ikke rigtigt til stede (Ibid., s. 34).

### **2) Udlejringen af sociale mekanismer**

Det moderne individ kan hverken håndtere eller kontrollere alt i hverdagen, og grundet dets tvivl og usikkerhed, søger det samfundets assistance og ekspertise. Dette har affødt de såkaldte ekspertsystemer, der overtager opgaver, der førhen var tildelt familien som social kerne (Ibid., s. 30). Opgaver som madlavning, rengøring, børnepasning og ældrepleje, der plejede at være noget man klarede i privaten, er nu overdraget til virksomheder og velfærdsstat. Dette betyder at vi på vigtige livsområder sætter vores lid til eksterne parter, hvilket frigør os fra de førhen bundne sociale relationer (Ibid., s. 11).

### **3) Øget refleksivitet**

Det moderne individ er mere refleksivt end nogensinde, og dets adfærd er i stigende grad styret af de værdier og normer, det gerne vil identificeres med (Ibid., s. 14). Ifølge Giddens er refleksiviteten uundgåelig, da traditioner, skikke og roller ikke længere er der til at navigere os igennem vores identitetsdannelsesproces – nu er vi selv ansvarlige for vores selvidentitet - og som en konsekvens er vi nødt til at være individuelle i vores livsstil for at opretholde vores egen selvforståelse (Ibid., s. 25). Således bliver det moderne individs selvidentitet et refleksivt projekt, hvori individet konstant skal forholde sig til et stigende antal valg, og samtidig skal reflektere over konsekvenserne af disse valg. Vi producerer og reproducerer hele tiden vores identitet – et projekt der ifølge Giddens er uden ende, da vi hele tiden udvikler os (Ibid., s. 46).

Samtidig skal vi i det senmoderne forholde os til risici, der slet ikke fandtes eller havde en relevans førhen – vi lever i en risikokultur, hvor vi selv er med til at producere truslerne. Så selvom våbenkontrol og internationale aftaler eksempelvis har neutraliseret chancerne for en atomkrig, vil frygten (risikoen) stadig bestå, så længe viden om atombombens konstruktion eksisterer (Ibid., s. 13).

Dagligt påvirkes vi af en masse ekspertise og ekspertudsagn, der skal give os følelse af tryghed og fred i sindet, men ifølge Giddens er dette kun et middel til vores frustration, da det igen er med til at tømme vores liv for traditionelt indhold (Ibid., s. 12).

Risikosamfundet medfører en usikkerhed i dagligdagen, der præger og karakteriserer den moderne verden. Aftraditionalisering har grundlæggende forårsaget at intet længere er givet, og at vi i faldende grad stoler på ekspertsystemerne (Ibid., s. 30). I dag kan ingen sociale handlinger foretages på baggrund af traditionen, hvilket førhen var tilfældet. I dag er der ikke noget der er givet – vi skal 'finde os selv', hvilket gør at vi fokuserer mere på os selv som individer, og dermed forstærker individualiseringen (Ibid., s. 14).

Desuden omtaler Giddens den ontologiske sikkerhed, der indbefatter at individet er afbalanceret (føler sig ontologisk 'sikker'), hvis det på et underbevidst såvel som praktisk bevidsthedsniveau har svarene på de fundamentale eksistentielle spørgsmål her i livet (Ibid., s. 50). Derfor er vores ontologiske sikkerhed udfordret i disse tider, hvor vi er mere refleksive end nogensinde over et stigende antal valgmuligheder, alt imens tradition og regulært indhold er på retræte. Som et resultat heraf, kan det moderne individ finde tryghed i gamle traditioner (Ibid., s. 14).

#### 4.1.2. Zygmunt Bauman

Vi har *"en tendens til at betragte (væsker) som lettere og mindre 'vægtige' end alt, hvad der er fast og stabilt."* (Bauman, 2006, s. 9). Med *"Flydende modernitet"* (2006) beskriver Zygmunt Bauman den opløsningsproces, der skulle modernisere et samfund, der var groet fast i dets sædvaner. Processen skulle give plads til nye og forbedrede faste stoffer, der, om muligt, var så fuldendte at de ikke skulle ændres igen – den skulle ikke eliminere dem (Ibid., s. 10).

I modernitetens indledende fase, bemærkede individerne slet ikke opløsningsprocessens bestemmende og opløsende kræfter. De blev ganske vist præsenteret for nye og forbedrede mønstre og konfigurationer, men de var samtidig mere firkantede og uhåndterlige end nogensinde før. Mennesket fik sin frihed, men det fik samtidig ordensmagten at føle, hvis det ikke indfandt sig i de nye rammer, niches og klasser (Ibid., s. 14). Disse styrende orienteringspunkter er til gengæld en mangelvare i vore dage, ifølge Bauman. Hermed ikke ment at vi er frie til at gøre akkurat hvad der passer os, vi lever blot i en tid hvor mønstre ikke længere er 'givne' eller ligetil. *"Der er ganske enkelt for mange af dem, og de kolliderer med hinanden og modsiger hinandens bud i et sådant omfang, at de ... har mistet en pæn del af deres bydende og tvingende kraft."* (Ibid., s. 15). Med andre ord er moderniteten blevet så flydende, at det kan være svært at finde sin plads - vi lever i en individualiseret version af moderniteten, hvor man er sin egen lykkes smed og bærer det fulde ansvar for en eventuel fiasko (Ibid., s. 15).

Ifølge Bauman er det den økonomiske orden, der dominerer menneskelivet i den moderne verden (Ibid., s. 11). Heri er det forældelsens og erstatningens rasende tempo, der skaber profit; og klamrer man sig til ejendele og traditioner, så risikerer man at gå glip af muligheder. Moderniteten opløser således de skrøbelige menneskelige bånd og traditioner – til gengæld medfører den så en frigørelse, men trives vi i virkeligheden bedst med lænker? (Ibid., s. 23-25). De rammer som samfundet byder os, befrier os fra uvished og ubeslutsomhed, og når disse rammer forsvinder, står vi kun tilbage med tvivlen og angsten. Således må vi svømme eller gå til bunds, og det medfører en desperat søgen efter løsninger, der kan komme tvivlen til livs (Ibid., s. 31). Desværre er rammerne stadig forsvindende, og generelt har de fleste af nutidens mennesker ikke noget greb om deres nutid (Ibid., s. 176).

I de seneste to århundreder har akademikere ikke haft andet at reflektere over, beskrive og fortolke end den verden, der bunder i kapitalismens vision og praksis (Ibid., s. 75). I nyere tid er vi gået fra tung til let kapitalisme, betydende at vi i højere grad er overladt til os selv, i takt med at højere instanser forsvinder. Således bruger vi mere tid på at spekulere over 'hvad vi kan gøre?', i forhold til at 'gøre det vi skal gøre, på den bedst mulige måde' (Ibid., s. 81-82). Forbrugernes kvaler skyldes en overflod af muligheder; så når vi har truffet et valg, spørger vi hurtigt os selv: *"Har jeg udnyttet mine midler optimalt?"* (Ibid., s. 84). *"Ethvert nu vurderes i forhold til noget andet. Uanset hvilken værdi det nuværende nu måtte have, er det blot et*

*forvarsel om noget endnu mere værdifuldt*” (Ibid., s. 202). Med andre ord virker græsset altid grønnere på den anden side.

Mange mennesker føler sig altså splittede, men de kan ikke rigtig forklare hvorfor. Følelsen er driftig og mangler at blive gjort håndgribelig, sådan at længslen efter lykke kan blive et projekt. Her er der en tendens til at iagttage andres liv og erfaringer, i håbet om at kunne påpege egne problemer og finde ud af hvordan man afværger og overvinder dem (Ibid., s. 88). Individets personlige problemidentifikation og -løsning er, ifølge Bauman, det eneste ’offentlige spørgsmål’ der står tilbage efter modernitetens opløsningsproces; og så længe det er tilfældet, vil vi søge råd og vejledning i de privatliv, der leves af andre ’ligesom os selv’ (Ibid., s. 95-96).

Vi søger forbilleder og opskrifter, der kan hjælpe os på vejen til lykke, men de lykkes stort set kun i at give os forhåbninger, og forbliver kun tilløkkende så længe de er uprøvede. Afprøves de endelig, så lever de sjældent op til forventningerne i virkeligheden, og *”selv om nogle af dem virkelig fungerede som forventet, ville tilfredsstillelsen kun være kortvarig, eftersom mulighederne er uendelige i forbrugernes verden*” (Ibid., s. 96). Forbrugerkapløbet handler om opskrifter på det gode liv og ting, der skal bruges i disse opskrifter – men kapløbet ender aldrig, da der hele tiden dukker nye og forbedrede produkter op (Ibid., s. 97). Vi shopper ikke kun i butikkerne, men også på gaden, i hjemmet, på arbejdspladsen, i fritiden og i vores drømme. *”Shopping handler ikke kun om mad, sko, biler eller møbler. Den [...] endeløse søgen efter nye og forbedrede forbilleder og livsopskrifter er også en form for shopping*” (Ibid., s. 98). Vi shopper konstant efter noget, der kan løfte vores liv og give os sikkerhed, kærlighed, frihed, ro, etc. og som samtidig kan fjerne den der splittede følelse. Indkøbslisten er endeløs, men siger ikke noget om, hvordan man trækker sig fra forbrugerkapløbet. Således gives vi ikke andet valg end at blive i forbrugerskulturen (Ibid., s. 99) – vi lever i et samfund der ikke længere anderkender noget alternativ til sig selv (Ibid., s. 34). Ifølge Bauman handler nutidens forbrugskultur dog ikke længere om kun at tilfredsstille vores behov (end ikke de mere konstruerede behov for identifikation eller selvbekræftelse), og den handler ej heller om vores begær efter at fremstå på en bestemt måde. I dag drives forbruget i højere grad af ’ønsket’, der er umiddelbart, og uden nogen skjult dagsorden. Vores køb har en drømmeagtig karakter – på én gang udtrykker og opfylder de et ønske (Ibid., s. 99-101).

Ser men bort fra nogle få livsbekræftende øjeblikke, er det moderne individs problem, at enhver virkelighed synes ufuldbyrdet for dem. Dette gælder dog ikke når vi ser over til naboen. Her har vi nemlig en tendens til at glorificere andres liv og se dem som kunstværker. Vi ser *"deres liv (på afstand) og tillægger det en sammenhæng og en enhed, som det i virkeligheden ikke kan have, men som synes evident for betragteren"* (Ibid., s. 109).

Kunstværket vi higer efter kaldes identitet. Og når vi taler om denne foresvæver der os altid et uklart billede af harmoni og konsistens – fuldkommenhed. Alt det som vores erfaring siger os, at vi ikke selv besidder – til vores store fortvivlelse. Vores identitetssøgen er en konstant kamp for at modbevise vores erfaring – vi klamrer os til genstande der er solide og håndgribelige, og dermed kan give os forhåbninger om varighed. Identitet fremstår nemlig kun som faste og solide når de ses udefra. Inde i os selv synes den skrøbelig og sårbar. Dermed kan identiteten i virkeligheden kun holdes sammen af fantasiens eller dagdrømmens bindemiddel ifølge Bauman (Ibid., s. 109-110). Den fuldkommenhed vi drømmer om, har massemedierne en stor skyld i. Massemedier er dem, der i forbrugets tegn, sætter standarden for 'virkeligheden'. Vi higer efter det liv, som vi ser på de hyperrealistiske billeder i reklamer og på TV. Disse overskygger ligefrem det virkelige liv og underminerer dets charme. Pludselig virker det levede liv uvirkeligt, og vil blive ved med at gøre det, så længe det ikke kan overføres til skærmegnede billeder (Ibid., s. 112).

#### 4.1.3. Jean Baudrillard

Ifølge Jean Baudrillard (1988, 2001) er den moderne kultur domineret af simulationer – genstande og diskurser *"that have no firm origin, no referent, no ground or foundation."* (Baudrillard, 2001, s. 1). Forbrugskulturens genstande legemliggør en kommunikationsmæssig struktur, der er en afvigelse fra den traditionelle opfattelse af tegnet. Her skal det forstås at handelsvarer og genstandes betydning og referent dekonstrueres og omstruktureres, således at deres formål ikke længere er rettet mod den oprindelige brugstanke, men mod stimuleringen af et begær (Ibid., s. 1).

Ifølge Baudrillard har objekter deres virkning når de forbruges og deres 'betydning' dermed overføres til den individuelle forbruger. Denne betydning kan eksempelvis være skabt af reklame, der koder produkterne gennem symboler, der differentierer dem fra andre

produkter. Denne omgang med tegn er dybt integreret i samfundet og giver samtidig den enkelte en illusorisk følelse af frihed og selvbestemmelse (Ibid., s. 2). Forbrugsgenstande udgør et netværk af tegn, der kan differentiere forbrugerne – de er betydningsbærere, der er utrættelige i deres evne til at fremprovokere begær (Ibid., s. 3).

Der opstod en arbitrær natur, da man i sin tid (gennem tegn) begyndte at kunne referere til en tid eller et univers, hvortil ingen havde nogen forpligtelser. I sin oprindelige form var tegnet en efterligning af originalen (Baudrillard, 1988, s. 139). Den industrielle revolution bragte det producerede tegn med sig, der ikke havde nogen naturlig original – produktion var dets oprindelse. Produktion er samtidig en generisk proces/beskæftigelse, der gjorde produktet og os selv som individer mere ens, da flere og flere således har de samme ejendele og beskæftigelser (Ibid., s. 140). I sin moderne form og fase er tegnet en komplet simulation, der, som nævnt i begyndelsen af dette afsnit, ikke bunder i noget grundlæggende eller oprindeligt – fabrikation og flygtighed vinder over båndet til virkeligheden (Ibid., s. 142). En moderne simulation er eksempelvis når en produceret ting/model ikke har udgangspunkt i noget, andet end sin egen oprindelse. Alle henvisninger kan kun laves til modellen i sig selv, der dermed bliver en imitation af virkelighed (Ibid., p. 142).

Overgangen fra tegn, der simulerer 'noget' til tegn, der er en simulering i sig selv, er vendepunktet, hvor man går fra en religion om sandhed til en tid, hvor der ikke længere er en gud, der kan genkende det han har skabt. Og når det virkelige ikke længere er, hvad det plejede at være, så indtager nostalgien, ifølge Baudrillard, sin fulde betydning. Her indtræffer nemlig en udbredelse af myter om oprindelse, tegn på virkelighed, autenticitet og objektivitet. Der forekommer en optrapning af det sande, det levede og det figurative, når tingene mister deres substans, der ender i en nærmest panisk produktion af det virkelige og referentielle. Således bliver målet for simuleringen det virkelige (Baudrillard, 2001, s. 170-171). Længslen i forhold til det ægte (naturen) overlever altså, selvom samfundet har gjort alt for at udvikle sig, blive moderne og dermed gå væk fra det naturlige (Baudrillard, 1988, s. 140). De moderne tegn drømmer om de tegn, de refererer til, og ønsker inderligt at genopdage et mere bindende bånd; men de finder kun et referentielt grundlag til det naturlige, som de prøver at nærme sig af (Ibid., s. 139).

Baudrillard mener at vi lever i en tilstand af reference (referendum), da der ikke eksisterer flere kilder (Ibid., s. 145). Virkeligheden synker i hyperrealisme – den pertentlige duplikation



af det virkelige – eksempelvis gennem andre reproduktive medier, såsom fotografi. Fra medie til medie fordamper det virkelige, og bliver dermed historien om virkelighedens død. Men på en måde bliver virkeligheden også forstærket gennem dens egen ødelæggelse. Den bliver til virkelighed for dens egen skyld og længslen efter det tabte (Ibid., s. 147-148). Virkeligheden er ikke mere en verden af "virkelige" produkter med 'naturlige' referencer, men en verden af tegn der refererer til sig selv (Baudrillard, 2001, s. 6). I hyperrealiteten blandes det oprindelige ikke kun med symboler, men her skabes symboler, der repræsenterer noget der ikke eksisterer (Ibid., s. 120-121). Syntaks og semantik er altså forsvundet, og i kraft af det fokus der er på symbolik, reference og illusion, kommer vores optik til at arbejde på overfladen af ting, som var det ydre (blikfanget) blevet til objektets molekylære kode (Baudrillard, 1988, s. 148). Ifølge Baudrillard er selve realiteten i dag hyperrealistisk. Det virkelige og det imaginære er forvekslet i den samme operationelle totalitet, og æstetisk fascination er alle vegne til at vække vores begær (Ibid., s. 149).

## 4.2. Nostalg

Afsnit 4.1. *Den postmoderne forbruger* har netop fremlagt en række processer og omstændigheder, der har haft betydning for det moderne individ og den moderne forbrugskultur. Heriblandt kan der flere steder anes et potentielt modsvar på udviklingen, der peger på en mulig nostalgisk reaktion (*jf. afsnit 4.1.3.*) eller en længsel efter traditionerne (*jf. afsnit 4.1.1.*).

Således bliver overgangen til indeværende afsnit mere glidende, når vi nu skal til at kigge på de nostalgiske teoretikere, der skal give et mere konkret billede af, hvad nostalgi er og hvorfor man længes. Specialet sigter efter at afdække nostalgis rolle i den moderne forbrugskultur, hvorfor det også er her, vi skal afsløre hvorledes nostalgi kan være kædet sammen med det moderne individs forbrug.

### 4.2.1. Nostalg ifølge Svetlana Boym

Nostalg er en sammensætning af det græske 'nostos' (at vende hjem) samt 'algia' (længsel), og er dermed en længsel efter et hjem, der ikke længere eksisterer, eller slet ikke har

eksisteret til at begynde med. Det er en følelse af tab og forkerthed, men det er også en romance, der spiller sig ud i ens egen fantasi (Boym, 2001, s. xiii).

Det er svært at definere, hvad der drager nostalgikere, men populærkulturen og det 20. århundredes teknologiske fremskridt (eksempelvis 'special effects' på film, der kan genskabe fortiden) har kun forværret nostalgien. På samme måde har globaliseringen forstærket vores trang efter stærkere lokale bånd, for godt nok er vi fascinerede af cyberspace og den globale landsby, men samtidig er der en lige stor længsel efter en kollektiv oplevelse og et fællesskab. Nostalgi bliver dermed en forsvarsmekanisme mod en accelereret hverdag (Ibid., s. xiv).

Svetlana Boym taler i "The Future of Nostalgia" (2001) om to former for nostalgi – den restorative nostalgi og den refleksive nostalgi, der kan ses som to måder at betragte fortiden på (Ibid., s. xviii). For den restorative nostalgiker er fortiden 'picture perfect' – den sættes op på et piedestal og er et forbillede for fremtiden. Man længes efter en svunden tid og har et ønske om at få tingene tilbage til deres forhenværende tilstand. Den refleksive nostalgiker sander derimod at fortiden er fortiden, og at den ikke kommer igen – hvilket da heller ikke er forhåbningen. Dens natur er imidlertid ambivalent, da den jo stadig er optaget af fortiden; sagen er bare at den refleksive nostalgi genfortolker det, der findes i fortiden – ofte med en ironisk og/eller humoristisk distance (Ibid., s. 49).

Således er den restorative nostalgi meget mere seriøs end den refleksive. Den håber inderligt på at genbygge svundne tiders ritualer og traditioner, mens den refleksive nostalgi blot påskønner dele og aspekter af tidligere tider. *"Reflective (refleksiv) nostalgia does not pretend to rebuild the mythical place called home ... This type of nostalgic narrative is ironic, inconclusive and fragmentary."* (Ibid., s. 50). Den refleksive nostalgi anerkender dog stadig fortiden som et kapitel, vi kan låne af og knytte bånd til.

Svetlana Boym lægger vægt på populærkulturen, der både fremprovokerer nostalgi, men samtidig er lindrende hvis man lider af det (Ibid., s. 33). Især den amerikanske popkultur har været med til at definere, hvad vi er nostalgiske i forhold til – alt efter hvilket billede Hollywood eksempelvis vælger at danne af fortiden på skærmen. Således har populærkulturen et overbevisende nostalgisk greb om tilskuerne, og hvis du er opvokset med den, så er det svært at længes efter noget udenfor de udvalgte og/eller producerede scenarier og billeder (Ibid., s. 38-39).

Samtidig fremhæver Boym udtrykket 'at føle sig hjemme', der snarere er en mental tilstand end en faktisk lokalitet. Man længes ikke efter fortiden, men nærmere en tilstand "*when we had time and didn't know the temptation of nostalgia*" (Ibid., s. 251). Nostalgien er knyttet til en social kontekst – ikke et specifikt sted, som vi 'hører til'. På den anden side hviler den nostalgiske følelse på en lokalitet, sanselighed, lugt og lyd. Således er det ikke kun en kontekst, men også en følelse vi husker, samt materielle rester fra vores fortid (Ibid., s. 258).

Ifølge Svetlana Boym er nostalgi den menneskelige bevidstheds virtuelle virkelighed. Heri er den længsel man måtte have, forbundet med ens situation eller 'knibe' i den moderne verden. Men ifølge Boym, synes der ikke at blive forsket ret meget i forståelsen af nostalgi og denne 'knibe'. Ifølge hende nedprioriteres kultur, kunst og humaniora, samtidig med at den kategoriseres og vi i mindre omfang lærer at tænke kritisk. Som et resultat heraf, er der færre indgangsvinkler at udforske nostalgien fra, hvilket der overkompenseres for gennem en overflod af præfabrikeret nostalgi. Og præfabrikeret nostalgi hjælper os ikke i forhold til fremtiden, mens nostalgien nutidige ophav kan afsløre tidens fantasier – "*...and it is in those fantasies and potentialities that the future is born. One is nostalgic not for the past the way it was, but for the past the way it could have been.*" (Ibid., s. 351)

Boym knytter nostalgibegrebet til modernitetens komme, men også til globaliseringens i princippet uendelige udvidelse af erfaringsrum. Når rummet for erfaring bliver uendeligt, længes man efter et begrænset rum for erfaring, og her byder nostalgiske iscenesættelser sig til. Vi har mindre og mindre tid, samt flere og flere virkelige og virtuelle dimensioner at forholde os til. Vor tids nostalgi er, ifølge Boym, ikke kun et spørgsmål om fortiden, men i højere grad et spørgsmål om et uddøende 'nu' (Ibid., s. 351-352).

Som nævnt tidligere, kan nostalgi ses som en forsvarsmekanisme og udtryk for en længsel efter fællesskab, i en tid hvor traditionelle sociale fællesskaber bliver færre og færre. Men nostalgiske rekonstruktioner handler altså mere om nutiden end om fortiden: "*Nostalgic reconstructions are based on mimicry; the past is remade in the image of the present or a desired future.*" (Ibid., s. 354).

#### 4.2.2. Nostalgi og forbrug

I dette afsnit fremlægges teori og forskning omkring, hvorledes nostalgi og forbrug kan kædes sammen. Deciderede (og dedikerede) værker, der kæder de to begreber sammen, viste sig hurtigt at være sjældne - selv efter lang tids søgning: *“Surprisingly little attention has been paid to the concept of nostalgia in the consumer behavior literature”* (Loveland et al., 2010, s. 393). Til gengæld kan jeg gennem en række videnskabelige artikler, fremlægge hvordan de to begreber kan tænkes at høre sammen. Fælles for disse er at størstedelen af ophavsmændene er professorer, og at de alle har forsket i forskellige aspekter af nostalgien.

##### 4.2.2.1. Holbrook & Schindler

I 1991 begyndte Holbrook & Schindler at bemærke en stigende tendens i alt fra TV til indretning - *“the role of nostalgia in modern society is increasing”* (Holbrook & Schindler, 1991, s. 330). Som udgangspunkt ser de nostalgi som en længsel efter fortiden, men i deres definition af fænomenet kædes det sammen med forbrug. Således definerer de nostalgi som en præference for genstande (ting, steder eller mennesker), der var gængse da man var yngre, eller før man blev født (Ibid., s. 330). Nostalgi er ikke blot en sentimental tilstand, men dækker al forkærlighed for genstande, der, af forskellige årsager, ikke længere er en almindelig del af hverdagen (Ibid., s. 331). De to forskere anerkender (på dette tidspunkt), at det er kontroversielt, at hævde at man også kan føle nostalgi for historiske genstande, men påpeger at det er muligt at identificere sig (psykologisk) med figurer, oplevelser eller kultur, der daterer før ens fødsel (Ibid., s. 331). De to forskere fokuserer dog på det at være nostalgisk i forhold til ens eget liv. I denne sammenhæng er nostalgi typisk de følelser, der associeres med fortidsminder, og knyttes til objekter fra denne fortid (Holbrook & Schindler, 2003, s. 108). Men nostalgi relateres generelt til fysiske genstande, og genstande kan blandt andet ses som repræsentationer af forgangne æraer og vække tanker herom (Ibid., 115).

##### 4.2.2.2. Holak & Havlena

Holak og Havlena går dybere ind i den følelse, tilstand og refleksion, som fortidens genstande giver anledning til. Ifølge dem kan den nostalgiske følelse for ting involvere minder fra fortiden eller fantasier om en anden tid eller et andet sted, til hvilket det enkelte individ ikke har nogen direkte forbindelse. Desuden afspejler minderne og fantasierne ikke nødvendigvis

fortidens realitet, men er ofte et mere positivt billede end virkelighedens faktiske forhold (Holak & Havlena, 1998, s. 218).

Igen fokuserer forskerne hovedsageligt på genstande, der har været del af ens egen fortid. I den nostalgiske følelse for en genstand, eksisterer der et netværk af forbindelser til individet, der ikke på samme måde eksisterer for andre genstande. Man har et forhold til genstanden og det er disse forbindelser og associationer, der producerer den nostalgiske reaktion. Således definerer de nærmere det nostalgiske som en præference for ting, der kan producere den nostalgiske reaktion (Ibid., s. 218). Den nostalgiske følelse/reaktion er kompleks. Man mindes eller fantaserer om noget med en taknemmelighed, glæde og/eller hjertelighed, men samtidig er der en følelse af længsel og tab (Ibid., s. 222-223). Men her bliver genstanden en kur mod kløen. *"The product becomes a tool or a means for the consumer to control his or her detachment from the past and to eliminate negative feelings."* (Ibid., s. 223).

#### 4.2.2.3. Zhou, Wang, Zhang & Mou

Zhou, Wang, Zhang og Mou har undersøgt effekten af forbrugernes usikkerhed på deres præference for nostalgiske produkter. Dette er blandt andet sket ved hjælp af en forbrugerundersøgelse, baseret på 356 kinesiske informanter, der viser at eksistentiel og social usikkerhed forøger forbrugernes præference for nostalgiske produkter (se bilag 3). Zhou et al. fremhæver at nostalgi er blevet et fænomen på tværs af kulturer - og at Kina, som mange andre lande, er trådt ind i en nostalgisk æra, der har været i rivende udvikling siden finanskrisens start i 2008 (Zhou et al., 2013, s. 2406).

Nostalgi forekommer i en kontekst af frygt, ubehag, nervøsitet og usikkerhed, og sigter mod lindringen af disse negative følelser. Jo mere misfornøjede forbrugerne er med deres liv, jo mere vil de ty til nostalgiske produkter. Genoplivelsen af en mere idyllisk fortid, gennem købet af nostalgiske produkter, kan dermed give forbrugeren ro - og i det lys kan usikkerhed (der generaliseres som en følelse af uvished, sårbarhed og frygt) resultere i en præference for nostalgiske produkter (Ibid., s. 2406).

Zhou et al. tager udgangspunkt i Holbrook & Schindlers førnævnte definition af nostalgi (*jf. afsnit 4.2.2.1.*) – betydende at de ser nostalgiske produkter, som indeholdende elementer der var fremherskende i fortiden. I det moderne samfund, hvor traditionelle kilder til sikkerhed svinder ind (familie, religion, etc.), er det i stigende grad produkter, der giver os faste

holdepunkter. Her skaber nostalgiske produkter en forbindelse til fortiden, og kan dermed være kilde til positive og trøstende nostalgiske tanker (Ibid., s. 2407).

Forskernes beskrivelse af forholdet mellem usikkerhed og præference for nostalgiske produkter trækker på Freuds psykologiske forsvarsmekanismer (mere herom i *afsnit 4.2.3.*) – herunder kompensation – betydende at når forbrugeren føler sig usikker, vil han eller hun således kompensere gennem købet af nostalgiske produkter, der giver en følelse af orden og sikkerhed (Zhou et al., 2013, s. 2406).

Selve undersøgelsen (bilag 3) målte præferencen for nostalgiske produkter ud fra produkter, der eksisterede i informanternes fortid, men også produkter der var gængse forud for deres eksistens (Ibid., s. 2410). Som tidligere nævnt viste undersøgelsen, at især eksistentiel og social usikkerhed motiverer købet af nostalgiske produkter, der både kan lette presset på individet og give det en følelse af tryghed. Desuden viste den at forbrugere vil foretrække nostalgiske produkter, jo mere de længes efter fortiden. Til gengæld er nostalgi ikke en kur mod personlig usikkerhed, der i højere grad afhjælpes ved købet af luksusvarer (Ibid., 2409-10). Summa summarum, så er usikkerhed i forbrugers livsverden forudgående for et opsving i nostalgisk forbrug. *"Consumers prefer nostalgic products in a variety of situations in which they feel insecure."* (Ibid., s. 2410).

#### **4.2.2.4. Loveland, Smeesters & Mandel**

Loveland, Smeesters og Mandel har ligeledes undersøgt, hvad der potentielt går forud for en præference for nostalgiske produkter frem for nutidige produkter; og tager ligeledes afsæt i Holbrook og Schindlers definition af nostalgi. I deres forskning, beskæftiger de sig dog primært med en præference for nostalgiske genstande, der var populære hos individet i dets egen fortid (Loveland et al., 2010, s. 393).

De undersøger særligt den rolle, nostalgiske produkter spiller i at tilfredsstille individers behov for tilhørsforhold. Dette er en basal drift i den menneskelige adfærd, og de undersøger derfor, hvorvidt individer kan dække behovet for tilhørsforhold gennem forbruget af nostalgiske produkter (Ibid., s. 393). Ifølge Loveland et al. er det bevist, at nostalgi er mere fremtrædende når man føler sig ensom, hvilket kan kædes til behovet for tilhørsforhold (Ibid., s. 400). Mennesket er et socialt væsen, med et fundamentalt behov for at føle sig socialt forbundet. Her kan nostalgiske produkter eksempelvis afhjælpe socialt afsavn, via gensynet

med et nostalgisk TV program, der kan give et tilhørsforhold til familiære og vellidte karakterer. Eller gennem forbruget af musik, film eller ting, der var populære 'dengang', kan man føle sig nærmere de relationer man delte tingene med. *"By consuming nostalgic products [...] consumers can reconnect with their pasts and with social communities that consumed those products together"* (Ibid., s. 394).

Gennem research har Loveland et al. fundet, at individer, uanset alder og generation, der føler sig socialt ekskluderede, viser en forhøjet præference for nostalgiske produkter frem for nutidige. De føler et stærkere behov for tilhørsforhold - et behov der driver en forhøjet trang efter nostalgiske produkter (Ibid., s. 399). Baseret på deres undersøgelse mener forskerne dog ikke (som mange andre), at nostalgi kun opstår på baggrund af usikkerhed og negative følelser, men også hvis man blot har lyst til at føle et tilhørsforhold (Ibid., s. 401). I alle tilfælde, så kan forbruget af nostalgiske produkter ifølge Loveland et al., succesfuldt tilfredsstille behovet for tilhørsforhold (Ibid., s. 403).

Desuden nævnes det, at individer fra den samme tid og baggrund, sandsynligvis vil være nostalgiske omkring de samme ting (Ibid., s. 405). Ydermere har flere studier afsløret, at præference ofte formes af genstande, der var populære i ens tidlige voksenliv, og at denne præference holder gennem livet (Ibid., s. 394). I deres egen undersøgelse har de fortrinsvis anvendt produkter, der associerer til barndommen og ungdommen - men udtaler at *"Future research might address what circumstances increase preference for nostalgic products that reference [...] a past that predates one's own existence"* (Ibid., s. 405). Loveland et al. ser umiddelbart den nutidige retro tendens, som et behov for at flygte fra hverdagen og vende tilbage til mere idylliske tider.

#### **4.2.2.5. Belk**

Russell W. Belk undersøger teoretisk, hvorledes ejendele er med til at skabe og opretholde vores fortidsfølelse og identitet. I identitetsdannelsen bryder vi kroppens begrænsninger, og integrerer genstande fra vores fysiske miljø i vores identitet. Vores ejendele er en forlængelse af selvet, og i den forstand er tid også en faktor - vi defineres nemlig også af vores fortid og fremtid. Selvet kan eksempelvis forstørres ved at gøre opmærksom på tidligere bedrifter, afstamning, steder vi har besøgt og meget andet. Fortiden er altså med til at definere os, og vores identitet finder fundament i tidligere personlig eller fælles historie. Fotografier,

souvenirs, trofæer og mere almindelige hverdagsobjekter, kan (til dels) agere depot for disse minder og denne mening fra og i vores liv (Belk, 1990, s. 669).

Vi er især opmærksomme på fortiden, når vores identitet er udfordret (Ibid., s. 669). I den forbindelse henviser Belk til Grant McCracken, der siger at vores ting minder os om, hvem vi er og hvad vi stræber efter. Omringet af vore ting, har vi fodfæste i fortiden og eksisterer i forlængelse af den. De beskytter os mod de kræfter, der vil aflede os ind i nye koncepter, praksisser og oplevelser. Vores ting stabiliserer os, ved at minde os om fortiden, og ved at gøre fortiden til en virtuel og substantiel del af vores nutid (McCracken, 1988, s. 124). Tingene er altså en familiær ballast i overgangstider, der giver os en følelse af støtte, når vi står over for en uvis fremtid (Ibid., s. 670).

Genstande fra fortiden, til hvilke kan knyttes en personlig historie, erhverves ofte, fordi man gerne vil mindes behagelige eller afgørende tidspunkter i ens fortid (Ibid., s. 670). Vi har en forestilling om vores fortid, der er vores fortolkning af den – det vil sige at vi selektivt fortolker vores formodede fortid, på en måde der er mest relevant for os. Der er altså en imaginær side til vores nostalgi, der tillader os at bruge fortiden som et helle, hvortil vi kan knytte vores håb og idealer (Ibid., s. 671).

Nostalgien kan også knyttes sammen med autenticitet. De mange overfladiske, kunstige og unaturlige dele i vores nutidige liv, gør at vi er nostalgiske efter ting fra fortiden, fordi de anses som værende oprindelige og unikke. Tingene kan transformere vores moderne verden og indstille vores syn på hverdagen. En autentisk, nostalgisk genstand, har evnen til at bære en historie, hvilket replikaer og ny-producerede genstande ikke kan. Ligner en ting blot det oprindelige, kan den nok fremkalde et nostalgisk flashback, men den er 'den ægte vare' særdeles underlegen. Behovet for det autentiske er tæt knyttet til den stigende individualisme i det postmoderne og behovet for at være unik (Ibid., s. 671-672).

Men hvordan kan ældre genstande og antikviteter, der ikke har været del i vores fortid, og til hvilke vi ikke har et personligt forhold til, så spille en rolle i vores fortidsfølelse (nostalgi). Dette er ikke kun et forsøg på at mindes fortiden på afstand, men kan også ses som et forsøg på at bringe den nærmere. Her skal man huske på, at den nostalgiske fortid er imaginær: *"Because of this hypothetical quality, we may seek to appropriate part of our identity from objects and time periods to which we have not previously been connected."* (Ibid., s. 672). Ved at købe disse genstande, søger vi måske at bygge på vores identitet med imaginært



fortidsindhold, og samtidig føle at vi får lov til at mærke, hvordan det var at være del af tiden (Ibid., s. 672).

Det, at disse genstande har overlevet tidens og kunstens tand – gør dem mere usædvanlige og enestående end nutidens genstande. Mens vi sætter os ind i genstandenes oprindelse og kontekst, udvides vores identitet til også at omfatte, hvordan vi forestiller os deres oprindelige æra har været. Det at samle antikviteter kan ses som et forsøg på at fremtrylle fortiden, baseret på et håb om, at genstanden har absorberet noget af dens tidligere samtid – noget vi måske kan udvinde fra den. Det kan også ses som tilegnelsen af en anden kultur – et forsøg på at tilegne sig den imaginære storhed (Ibid., s. 672).

Når det ældre vinder, er det fordi vi ser det moderne som koldt og sterilt, mens det antikke er varmt og eksotisk. Men hvad kan være roden til den kultur, de objekter og æraer vi foretrækker? Ifølge Belk foregår der en selektiv arkivering af fortiden på biblioteker, museer, arkiver og alle vegne, hvilket skaber en kollektiv hukommelse (der ofte varierer fra generation til generation). Samtidig er det ofte i det tidlige voksenliv, hvor identitetsdannelsen er på sit højeste, at generationsminder og præferencer skabes (Ibid., s. 673).

#### 4.2.3. Kompensation og dagdrømme

Som Zhou, Wang, Zhang og Mou kom ind på i et af de forrige afsnit, så kan det nostalgiske forbrug tænkes at være en måde at kompensere for usikkerhed i tilværelsen på (jf. afsnit 4.2.2.). Ifølge Sigmund Freud er compensation en forsvarsmekanisme, der lige præcis er et forsøg på at fjerne usikkerhed, og opveje for de faktorer der har skabt usikkerheden (Freud, 1941a, s. 459). Hvis et individ oplever mangler på ét område, så kan vedkommende ubevidst dække sig ind ved at overbetone på andre områder, som derved kompenserer for manglen. På samme måde kan regression være en måde at takle usikkerhed på. Ved at søge tilbage i tiden til noget man oplever som trygt, kan man finde tilfredsstillelse og trøst (Freud, 1945, s. 554).

I 'Digteren og fantasierne' beskæftiger Freud sig med dagdrømme (Freud, 1941b, s. 21).

Barnets yndlingsbeskæftigelse er at lege, og ifølge Sigmund Freud agerer barnet som en digter i sin leg. I legen skaber barnet nemlig sin egen verden; eller rettere, så sætter det tingene i sin egen verden i en ny sammenhæng, som behager det (Ibid., s. 21). Barnet er fuldt ud bevidst

om forskellen på 'lege-verden' og den virkelige verden, men i voksenlivet ophører legen, da den voksne skal se tilværelsens realiteter i øjnene. Men vi er alligevel ikke helt i stand til at give afkald på legen, så i stedet for at lege, så fantaserer vi. Vi dagdrømmer, og gennem disse dagdrømme kan meget af det, der ikke er behageligt i den virkelige verden, blive det i fantasien (Ibid., s. 22-23). Således nedtoner vi det, der virker usikkert og skræmmende i den virkelige verden, ved at kompensere for det i vores dagdrømme.

Ifølge Freud er det aldrig de lykkelige, der fantaserer, men kun de utilfredse. *"Uopfyldte ønsker er fantasiens drivkraft, og enhver fantasi er en ønskeopfyldelse, et korrektiv til den utilfredsstillende virkelighed."* (Ibid., s. 24). Fantasierne og dagdrømmenes indhold er ikke fast, men ændrer sig med enhver forandring i livsbetingelserne. Normalt vækker en anledning et ønske, hvorefter vores erindring griber tilbage efter en tidligere tid, hvor dette ønske var opfyldt, og derefter fremstiller en situation i fremtiden, hvor ønsket er opfyldt – dette fremtidsbillede er netop dagdrømmen eller fantasien, der nu bærer spor af den anledning, som den stammer fra. Med fantasien skaber drømmeren en erstatning for det, der mangler i vedkommendes liv. Freud giver et, med hans egne ord, banalt eksempel, hvori en ung mand i en usikker situation, gennem dagdrømmen finder erstatning for det han besad i den beskyttede og lykkelige barndom, ved at tegne et billede af en sikker fremtid gennem fortidens mønster. *"De vil af et sådant eksempel se, hvordan ønsket benytter en samtidig anledning til at tegne sig et billede af fremtiden efter fortidens mønster."* (Ibid., s. 25).

## 5. Analyse

Afsnit 4. *Teori* har nu fremlagt, hvad der har foranlediget forbrugskulturen og hvad der kan have haft betydning for en nostalgisk længsel. Både i den postmoderne og i den nostalgiske teori, kan der spores nogle fælles temaer. Det moderne individ er blandt andet præget af ontologisk usikkerhed i en mere kompleks verden. Ifølge forskere kan nostalgi kædes sammen med forbrug. Nostalgi kan desuden ses som en længsel mod noget andet og en kritik af samfundets og hverdagens indhold. Med den samlede teori in mente, er det nu op til analysen at diskutere, hvorvidt der rent faktisk kan være tale om nostalgi i den moderne forbrugskultur, og hvilken rolle nostalgien i så fald spiller. Dette vil ske i samspil med den kvalitative empiri, der kan nuancere og supplere teoriens mere formelle fremstillinger, samt bidrage med indsigt i, og synsvinkler fra, den moderne forbrugers livsverden.

### 5.1. Samtidsanalyse

Som nævnt i afsnit 3.3. *Analysestrategi* skal samtidsanalysen på baggrund af teori og empiri sondere, hvad der har foranlediget forbrugskulturen og potentielt nostalgien heri. Samtidig skal afsnittet diskutere, hvori nostalgi kan bestå og hvorledes nostalgien kan knyttes til forbrug. Samtidsanalysen starter således ud med at diskutere postmoderniteten og indvirkningen på det moderne individ og dennes virkelighed. Herefter vil analysen løbende trække over i en definition af nostalgi, dens rolle i samtiden og forbrugskulturen. Resultatet af samtidsanalysen vil være en række betragtninger i forhold til hvorvidt og hvorledes, der kan være tale om en nostalgisk tendens i den moderne forbrugskultur. Disse betragtninger vil efterfølgende være fundament for afsnit 5.2. *Indholdsanalyse* og interviewene med forbrugere, der skal afdække hvorvidt og hvorledes den moderne forbruger så reelt *kan være* nostalgisk i sit forbrug.

#### 5.1.1. Det moderne samfunds konsekvenser

Ser man udelukkende på den teori jeg har valgt at fremlægge af Giddens, Bauman og Baudrillard (jf. afsnit 4.1.), finder man ikke umiddelbart mange modsigelser, der kan tages op til diskussion. På samme måde stemmer de interviewede eksperter synspunkter (bilag 4 + 5)

ret godt overens med teoretikernes, omend de supplerer med nogle mere nutidige perspektiver. Jeg ser altså en bred enighed i det fremlagte, om hvorledes den moderne verden grundlæggende har påvirket og bevirket henholdsvis individet og forbrugskulturen. Derfor vil jeg ikke stille spørgsmålstejn ved disse input i samtidsanalysen, men i stedet lade dem komplimentere hinanden og danne et noget generaliseret billede af det moderne individ og den moderne forbrugskultur.

Ifølge Giddens har globalisering og moderne teknologi medført, at vi som individer pludselig skal forholde os til hele verden – en verden, der samtidig er præget af flere risici og en større usikkerhed end tidligere (jf. afsnit 4.1.1.). Ifølge Bauman domineres denne moderne verden desuden af den økonomiske orden, hvori kun forældelsens og erstatningens rasende tempo skaber profit, på bekostning af menneskelige bånd og traditioner (jf. afsnit 4.1.2.). I interviewet med Britta Timm Knudsen (se bilag 4) forklarer hun, hvorledes livet er blevet uoverskueligt for mange. Skal man generalisere, så stresser vi både på jobbet og over den enorme mængde ting vi 'skal': *"vi skal performe [...] i vores sexliv og vores samliv [...] i vores arbejdsliv og i vores [...] hvad ved jeg."* (bilag 4, s. 8, l. 216-226). Som udgangspunkt kunne der altså godt tegne sig et billede af et moderne individ, der både skal forholde sig til mange ting, og ligeledes kan opleve et pres fra mange sider. Af denne grund kan tanken om at 'stige af', finde ro og slappe mere af, være meget tiltalende, ifølge Britta (bilag 4, s. 8, l. 222-227).

Ovennævnte billede virker ikke ovenud positivt, men som Britta udtaler, så er postmoderniteten først og fremmest kendetegnet ved frisættelsen af individet: *"mulighederne er mange [...], der er mere frihed [...], man er ikke naturbundet af institutionelle rammer på samme måde [...], vi behøver ikke lave det samme som vores forældre, vi kan uddannes på andre måder, vi kan rejse hele jorden rundt"* (bilag 4, s. 1, l. 11-16). På den måde synes tiden at have bragt en stor handlefrihed og uafhængighed med sig. Giddens og Bauman er begge inde på, hvorledes moderniteten har opløst det faste og traditionelle indhold i det moderne individs verden (jf. afsnit 4.1.). Ifølge Giddens er vi ikke længere bundet af sociale relationer, traditioner og roller – i stedet skal vi forholde os til en verden af muligheder, hvorfor vi er mere refleksive end nogensinde. Og hermed transformerer frihedens velsignelse sig tilsyneladende, og bliver i stedet forvandlet til vores akilleshæl. For når traditionen ikke længere er der til at vise os vej, er vi nemlig selv ansvarlige for vores selvidentitet (jf. afsnit 4.1.1.).

Intet er givet mere, vi er blevet ontologisk usikre, overladt til at 'finde os selv' i en jungle af valg og konsekvenser, der kan være en konstant rod til bekymring (*Ibid.*). Ifølge Bauman er det blevet udfordrende for individet, at finde sin plads i livet. De rammer der sparede os for denne bekymring er svindende, og uden dem står vi alene tilbage, i en individualiseret version af moderniteten. Vi bærer altså det fulde ansvar for vores egen succes eller fiasko (*jf. afsnit 4.1.2.*). Således ligger der et tungt ansvar på vores skuldre, hvis man stoler på det teoretikerne fremlægger. Samtidig kan den frihed, vi er blevet skænket til at skabe vores egen identitet, synes at være blevet en altoverskyggende, omsiggribende og livslang byrde, som kun giver anledning til uro og usikkerhed. Men som Britta minder os om, så lever vi jo mange forskellige liv, hvor nogle sikkert vil synes at tingene går for langsomt. Sagen er den at "*Man har det med at ekstrapolere den der middelklasse levevis*" (*bilag 4, s. 8, l. 217-220*). I denne sammenhæng, og på dette tidspunkt i analysen, synes jeg derfor det er vigtigt at huske på, at eksempelvis Giddens jo taler om de konsekvenser, som moderniteten *kan have haft* for det moderne individ (*jf. afsnit 4.1.1.*). Specialets mål har da heller aldrig været, at 'skære alle over én kam', men at finde frem til den rolle nostalgien eventuelt spiller for nogle, i den moderne forbrugskultur; jævnfør den sidste halvdel af forskningsspørgsmålet: "*Længes nogle forbrugere efter fortiden, og i så fald, hvorfor?*" (*jf. afsnit 2.*).

#### **5.1.1.1. Længsel**

Som følge af den usikkerhed individet *kan* føle, kan det ifølge Giddens tænkes at man finder tryghed i gamle traditioner (*jf. afsnit 4.1.1.*). Begge de interviewede eksperter virker da også enige i, at der opstår en tendens til at kigge tilbage. Ligesom Giddens, taler Britta også om den grundlæggende ontologiske usikkerhed, der har fået individet på usikker og gyngende grund, hvorfor der kan være fast grund i at gribe tilbage til noget mere sikkert, som eksempelvis 50'ernes faste kønsroller, "*selvom man er et andet sted i sin egen kulturelle kontekst og historiske epoke.*" (*bilag 4, s. 1, l. 17-22*). Ifølge Søren Askegaard ligger der samtidig en vis skepsis i postmoderniteten, overfor en moderne verden, der er dikteret af fremskridt og udvikling "*og derfra er der jo ikke langt til [...] at den tanke opstår – at alting var bedre i gamle dage*" (*bilag 5, s. 4, l. 96-98*).

Dette leder os hen til Baudrillard, der godt nok overvejende beskæftiger sig med, hvorledes virkelighedens *genstande* er blevet kunstige og refererende, i den fremlagte teori (jf. afsnit 4.1.3.). Men i sin fremlæggelse påpeger han også, at når det virkelige ikke længere er, hvad det plejede at være, så optrapper nostalgien. Når tingene mister deres substans, begynder vi altså at længes efter det svundne (*Ibid.*). Og umiddelbart må vores verden jo siges at have ændret sig, det forrige afsnit taget i betragtning: Traditionerne er blevet opløst, verden er blevet mere kompliceret og usikker, og vi står pludselig på egne ben. Som udgangspunkt kan det altså forstås, at den moderne udvikling *kan have gjort*, at det moderne individ begynder at se tilbage for at genfinde sin tryghed.

I sin ph.d.-afhandling 'Ironisk og nostalgisk' fremhæver Gitte Duemose Hansen, hvorledes tilbagelængsel kan være forbundet med en bestemt historisk tilstand, præget af bestemte erhvervsmæssige og demografiske forhold (Hansen, 1998, s. 37). Således kan der antageligt, i det tilbagerettede blik, være tale om nogle specifikke forhold man kigger efter. I forlængelse heraf er det, ifølge Britta Timm Knudsen, meget naturligt, at eksempelvis 50'erne og 60'erne bliver et ideal for det moderne individ, eftersom at det er lige heromkring, at vores postmoderne samfund og meget stærke forbrugskultur startede (*bilag 4, s. 6, l. 161-166*).

Men hvor omfattende er så denne tilbagelængsel, som postmoderniteten øjensynligt kan have skabt? Og eksisterer den overhovedet når det kommer til realiteterne? Sidstnævnte skal Indholdsanalysen (afsnit 5.2.) blandt andet forsøge at finde belæg for, men ifølge Gitte Duemose Hansen er nostalgien et reelt og naturligt resultat af moderniteten. Hun beskriver, at nostalgi er gået fra, at være en lejlighedsvis anomali, til ligefrem at kunne være udtryk for den nutidige normal. Ifølge hende eksisterer der en nostalgisk modus, der ligger som en fælles grundtone i det moderne samfund og er en måde at gribe nutiden an på – den er på én gang en fremskridtsfjendtlig holdning og en overdreven kærlighed til det svundne (Hansen, 1998, s. 37).

Søren Askegaard kalder længslen kompleks i en henvisning til modernitetens førnævnte svindende rammer. "*Der er masser af selvhjælpsindustri og identitetsbygningsrådgivning [...], som selvfølgelig antyder at vi netop mangler en boks at sætte os selv ned i, men omvendt så er vi jo ikke meget for [...] modernismens funktionalistiske bokse [...] – altså at vi bliver defineret ved vores erhverv eller ved vores alder eller vores segment.*" (*bilag 5, s. 5, l. 143-149*). Så på én gang savner vi rammerne, men samtidig er vi negativt stemte overfor de rammer, som nutiden rent

faktisk byder os? Svaret skal tilsyneladende findes i den øgede refleksivitet, som Giddens også er inde på (jf. afsnit 4.1.1.). Ifølge Søren, tog man nemlig systemet for givet førhen og affandt sig simpelthen med det; nu er vi derimod blevet refleksive over det system, der sætter dagsordenen, og derfor gør vi oprør imod det (bilag 5, s. 6, l. 153-158). Derfor kan fortidens rammer måske synes mere ligetil.

Dette ændrer jo heller ikke på, at vi formodentlig *er blevet* overladt til os selv, og at forbrugernes kvaler, ifølge Bauman, skyldes den overflod af muligheder vi står overfor – modsat tidligere. Han fremhæver hvordan ethvert valg, ethvert nu, vurderes i forhold til potentielt overlegne alternativer, samt hvordan mange føler sig splittede, uden at vide hvorfor (jf. afsnit 4.1.2.). Man kan gisne om splittelsen ikke lige præcis skyldes, at vi ikke ved hvilken vej, der er bedst eller 'rigtig' for os – ifølge Bauman gør den i hvert fald, at vi påbegynder en iagttagelse af andres liv, i håbet om at finde en kur mod vores fortvivlelse. De mange muligheder gør nemlig at virkeligheden synes ufuldbyrdet for os – alt imens vi tillægger naboens liv en urealistisk fuldkommenhed. Efter Baumans udsagn er det denne fuldkommenhed vi længes efter, en slags fuldendt identitetsfølelse (jf. afsnit 4.1.2.). Men kan postmodernitetens eventuelle nostalgiske tilbagelængsel, så tænkes at tillægge fortiden denne fuldkommenhed? Er fortiden og dens rammer blevet kuren mod den fortvivlelse som Bauman italesætter? Dette vil blandt andet være et mål for den senere indholdsanalyse at afklare (afsnit 5.2.).

#### 5.1.1.2. Forbrugskulturen

Hvordan har moderniteten ellers påvirket vores adfærd? Som det vil fremgå af dette afsnit, må den i høj grad siges at have bevirket vores forbrugskultur. Ifølge Bauman lever vi i et samfund, der ikke længere ser et alternativ til sig selv. Et samfund, hvori forbrugerismen er omdrejningspunktet for det moderne individ, og gennemsyrrer alle dele af vores liv (jf. afsnit 4.1.2.). Britta Timm Knudsen forklarer, at denne kultur for alvor tog fat i 1950'erne (bilag 4, s. 6, l. 165-166), og som Bauman allerede har gjort opmærksom på, så er kulturen drevet af hyppig udskiftning og høj profit, og er ligeledes med til at tømme vores liv for traditionelt indhold (jf. afsnit 5.1.1.).

Det omfattende forbrug er angiveligt en stor faktor i det moderne individs forsøg på at skabe en identitet (*jf. afsnit 4.1.1.*). Samtidig er det et forsøg på at finde noget, der kan løfte vores liv, give os sikkerhed og samtidig fjerne den splittelse vi kan føle. Men ifølge Bauman når vi aldrig målet, da der hele tiden dukker nye og forbedrede produkter op (*jf. afsnit 4.1.2.*). Den behovs-tilfredsstillelse, som forbruget kan tilbyde, kan derfor synes kortlivet. Måske dette ligefrem er medvirkende til, at forbrugskulturen ikke længere handler om at tilfredsstille vore behov for identifikation eller for at fremstå på en bestemt måde, men i højere grad drives af 'ønsket' – som Bauman fremlægger det (*Ibid.*). Vores køb skal altså have fået en drømmeagtig karakter – betydende at de blandt andet er et udtryk for det vi drømmer om i livet. Samtidig hævder Bauman at vi klammer os til genstande, der er solide og håndgribelige, i håbet om varighed (*Ibid.*). Dette kan formodes at være et forsøg på, at genopbygge det faste indhold, som moderniteten angiveligt har taget fra os (*jf. afsnit 5.1.1.*).

Massemedierne har en stor skyld i den fuldkommenhed, vi går og længes efter (*jf. afsnit 5.1.1.1.*). Boym gav til dels popkulturen ansvaret for den fortid vi længes efter (*jf. afsnit 4.2.1.*), og lidt på samme måde siger Bauman, at medierne sætter standarden for virkeligheden – vi vil have det liv vi ser i de forskellige medier (*jf. afsnit 4.1.2.*). Problemet er bare at disse medier danner et hyperrealistisk billede, hvormed vi kommer til at længes efter noget, der er mere eller mindre uopnåeligt. Vores realitet kan således tænkes at synes endnu mere mangelfuld for individet.

Ifølge Baudrillard er den moderne forbrugskulturs genstande domineret af simulationer – der ikke er funderet i noget oprindeligt. Samtidig er de forskellige forbrugsgenstande i højere grad betydningsbærere, end funktionelle genstande. De udgør et netværk af tegn, der bruges frit til at signalere værdi og differentiere forbrugerne. Objekterne har så deres virkning når de forbruges, og denne betydning overføres til den individuelle forbruger (*jf. afsnit 4.1.3.*). Der kan altså anes en forbindelse mellem konstruktionen af identitet og de tegn, forbrugsgenstandene rummer. Vi kan tænkes at investere i produkter, fordi de kan tilføje noget til vores identitetskabelse, og i mindre grad grundet deres funktionalitet.

Tegnene kan også referere til en anden tid og et andet univers, hvorfor Baudrillard mener der er opstået en vilkårlig og usammenhængende natur. Virkeligheden er ikke længere en verden af virkelige produkter med naturlige referencer, men en verden af tegn, der bruges frit og ofte repræsenterer noget, der ikke eksisterer naturligt. Dermed mener Baudrillard, at vi rent



faktisk lever i en hyperrealistisk realitet, hvor det virkelige og det simulerede eksisterer i en blanding (*Ibid.*). Vi er altså gået længere og længere væk fra det oprindelige og 'handler' så at sige mere og mere i simulationer. Kan vores længsel dermed bestå i et savn efter det oprindelige? Ifølge Gitte Duemose Hansen kan det nostalgiske i hvert fald være en søgen efter det sande væsen i omgivelserne: "*Man forsøger at trænge ind til en kerne, der opfattes som mere ægte end det omgivende.*" (Hansen, 1998, s. 40). I en verden af simulationer kan det altså tænkes, at man søger noget mere virkeligt. Søren Askegaard mener i hvert fald at forbrugsmarkedet er blevet uigennemskueligt, hvorfor forbrugeren kan længes efter enkelhed, gennemskuelighed og "*en ægte vare*" (*bilag 5, s. 6-7, l. 176-182*).

Baudrillard mener også at vores vej væk fra det oprindelige, har medført en optrapning af det sande. Til gengæld har det også medført en panisk reproduktion af det virkelige og referentielle, hvormed målet for simuleringen også bliver det virkelige. Men reproduktionen gør faktisk kun ondt værre. Hermed udvandes det virkelige nemlig lige så stille, og pludselig ligner virkeligheden ikke sig selv mere. Er man modstander af det simulerede, så er denne udvikling umiddelbart ret kritisk, da Baudrillard hævder, at der ikke eksisterer flere kilder og vi således kommer til at leve i en verden af duplikationer og referencer (*jf. afsnit 4.1.3.*). Dette kan tænkes at påvirke længslen efter det autentiske endnu mere. Samtidig kan det tænkes at have bidraget til vores idealisering af fortiden, da repræsentationerne ofte er selektive og idealiserede (*bilag 4, s. 18, l. 408-409*) – og ofte er disse repræsentationer det eneste folk har tilbage af fortidens virkelighed ifølge Britta Timm Knudsen (*Ibid., l. 490-499*).

### 5.1.2. Nostalgi

Som fremlagt i *afsnit 5.1.1.1.*, mener Gitte Duemose Hansen at nostalgien er en fast og integreret del af vores samtid. I *afsnit 1. Indledning* vurderer flere sekundære kilder, at der eksisterer en nostalgisk tendens. Op til nu har samtidsanalysen blotlagt flere årsager og tegn på, at der kan være tale om en tilbagerettet og nostalgisk længsel. Samtidig udtrykker Britta eksempelvis ligeledes, at der godt kan være tale om en generel nostalgisk tendens i samtiden (*bilag 4, s. 16, l. 450-458*). Således synes der, på dette tidspunkt, at være belæg for at formode, at der rent faktisk eksisterer en nostalgisk tilbøjelighed i vores samtid og forbrugskultur. Men hvilken rolle spiller nostalgien så helt præcis? Hvad er den udtryk for? Og hvilke mekanismer

ligger bag den? For at svare på dette skal vi først klarlægge, hvad det overhovedet vil sige at være nostalgisk.

Som det kan forstås af *afsnit 4.2.2.3.*, så kan nostalgi tænkes at være en måde at kompensere for usikkerhed i tilværelsen. Når Giddens samtidig siger at vi er grundlæggende ontologisk usikre (*jf. afsnit 5.1.1.*), så kan man gisne om, at det blandt andet er denne mekanisme, der rent faktisk ligger bag nostalgis moderne frembrud. Dette bekræftes kun af Svetlana Boym, der pointerer hvordan globaliseringen har forstærket vores trang efter stærkere lokale bånd og fællesskaber, og i den forbindelse kalder nostalgien for en forsvarsmekanisme mod en accelereret hverdag (*jf. afsnit 4.2.1.*). Britta Timm Knudsen har allerede billedliggjort forsvarsmekanismen i sin beskrivelse af, hvorledes usikre forhold kan gøre at vi griber tilbage efter en anden epoke, for at opnå noget mere fast og sikkert (*jf. afsnit 5.1.1.1.*).

Zhou et al. italesætter hvorledes mekanismen trækker på Freuds teori (*afsnit 4.2.2.3.*). Ifølge Freud er compensation lige præcis et forsøg på at fjerne usikkerhed, ved ubevidst at overbetone på andre områder, for derved at kompensere for det der har skabt usikkerheden (*jf. afsnit 4.2.3.*). Det kan altså tænkes, at vi kompenserer for vores usikre fodfæste, manglende rammer og manglende identitetsfølelse i den moderne verden (*jf. afsnit 5.1.1.*), ved at gribe tilbage til traditionerne og fortiden – i et forsøg på at kompensere for det vi ikke 'besidder' i 'nuet'. Freud beskriver ligeledes, hvordan man ved regression søger tilbage i tiden, til noget der er trygt (*jf. afsnit 4.2.3.*). Som Baudrillard også er inde på, søger vi altså måske tilbage til det svundne og en verden, som den plejede at være, fordi verden er forandret og 'ukendt' (*jf. afsnit 5.1.1.1.*), og den gamle tilstand kan give os trygheden tilbage.

Ifølge Freud fantasierer vi når virkeligheden ikke behager os, hvormed vi i fantasien kan nedtone det usikre og skræmmende i verden, og føle os i balance igen (*jf. afsnit 4.2.3.*). Svetlana Boym mener i den sammenhæng ligeledes, at nostalgien er vores bevidstheds virtuelle virkelighed. Her kan vores situation i den moderne verden genskabes i fortidens idealiserede billeder, der dermed er udtryk for vores fantasier og drømme (*jf. afsnit 4.2.1.*). Således kan vi tænkes at kompensere for det utilfredsstillende i 'nuet', gennem nostalgiske fantasier og dagdrømme om fortiden. Ifølge Søren Askegaard kan vi føle os som brikker i den moderne verdens dagsorden, og så har man en forestilling om, at der var bedre plads til menneskelige relationer i fortiden, at tilværelsen var enklere, at vi havde mere tid og at vi

kom hinanden mere ved (*bilag 5, s. 8, l. 210-220*). Jævnfør Freuds teori kan eksempelvis denne fantasi, altså tænkes at være en kompensation for det utilfredsstillende 'nu'.

Hvis fantasien drives af uopfyldte ønsker, og er et forsøg på at opfylde vore ønsker, som Freud ligeledes siger (*jf. afsnit 4.2.3.*), kan ønsket så være at leve som før, i en enklere tid med flere sociale bånd? Altså fra dette rent nostalgiske synspunkt? Det er svært at vurdere allerede nu, men dette bliver vi klogere på i de senere forbrugerinterviews (*afsnit 5.2. Indholdsanalyse*). Uanset hvad det er vi fantaserer om, så siger Britta Timm Knudsen, at vi idealiserer fortiden, som værende bedre end nutiden, hvilket selvfølgelig er en kritik af samtiden. Hun siger desuden at vi spejler os i fortiden, og prøver at forme den situation, og det liv, vi gerne vil have (*bilag 4, s. 19, l. 520-525*). Heraf kan man tolke, at vi i hvert fald er drevet af ønsket om et bedre liv. Af Freud kan vi desuden tolke, at vores fantasier om fortiden kan være udtryk for hvad vi mere præcist ønsker i vores liv og samtid (*jf. afsnit 4.2.3.*) – hvorledes vi gerne ville at vores samtid så ud.

Nostalgisk er normalt noget man er i forhold til sin personlige fortid (*jf. afsnit 4.2.2.1.*), men ifølge Boym kan nostalgien også være en længsel efter et *hjem*, der aldrig har eksisteret (*jf. afsnit 4.2.1.*). Således kan vi, med nogen rimelighed, godt slå fast, at der kan eksistere en nostalgisk følelse eller fascination i forhold til en fortid, som man ikke selv har været del af. Men hvad er det vi vil med denne fascination? Hvad er vores fantasier og dagdrømme et udtryk for? Er vi blot fascinerede på afstand, prøver vi blot at opnå en tryghed ved at kompensere for vores usikkerheder, eller vil vi ligefrem gerne at forholdene og samfundet var ligesom førhen?

Ifølge Britta er den nostalgiske tilbøjelighed ikke kun et spørgsmål om at længes tilbage; nostalgien har også et kritisk potentiale "*Nostalgien bliver ikke kun sådan noget der længes tilbage [...], men at det faktisk også kan have et kritisk potentiale*" (*bilag 4, s. 4, l. 112-113*). Boym forbinder jo også lige præcis nostalgien med ens knibe i den moderne verden, og siger, som tidligere nævnt, at nostalgien afslører vore ønsker (*jf. afsnit 4.2.1.*). Det kan altså tyde på, at nostalgien er en kritik af samtiden, og at den kan være udtryk vores mangler og det vi er utilfredse med, som vi også er inde på tidligere via Freud. Denne antagelse understøttes yderligere: I forbindelse med modernitetens problematikker, beskriver Britta, hvorledes vi griber tilbage for at finde inspiration til en ny fremtid og forandringer (*bilag 4, s. 4, l. 90-100*): "*Der skal ske et eller andet andet. [...] Og det griber man jo tilbage til for [...] ligesom at vi så kan*

*skabe en ny fremtid for os selv [...]” (Ibid., l. 92, 100). Søren udtrykker også, hvorledes nostalgien er udtryk for en skepsis overfor for megen industrialisering, kommercialisering, kapitalisme, for lidt håndværksmæssig stolthed og at det hele kun handler om profit (bilag 5, s. 12, l. 333-337). Nostalgien kan altså formodes at være udtryk, både for det vi ønsker, men også for det vi er utilfredse med.*

Boym taler om den restorative og den refleksive nostalgi (*jf. afsnit 4.2.1.*). Her må den restorative siges at være ret alvorlig i sin længsel efter at få tingene tilbage til deres forhenværende tilstand. Hvorimod den refleksive er mere uskyldig i sin fascination og genfortolkning af fortiden. Men ja, hvilken form for nostalgi er det der har fat i forbrugskulturen? Søger man at genvinde svundne tiders kultur og livsforhold – eller påskønner man blot mindet om tidligere tider, og ser det som et kapitel vi kan låne af og knytte bånd til?

Britta mener ikke umiddelbart at det er den restorative nostalgi, der er i spil; men hun er heller ikke fuldstændig afvisende overfor idéen. Hun mener først og fremmest, at fortiden får sin betydning, fordi den står i kontrast til nutidens levede liv, og at fortiden dermed er noget vi trækker frem og reflekterer over (*bilag 4, s. 3, l. 68-83*). Andre gange er det ofte bare et spørgsmål om genfortolkning på baggrund af en betagelse – vi plukker noget ud fra fortiden og tager det ind i vores nutid: *”Nogle gange så er det simpelthen bare citater af former.” (Ibid., s. 7, 180)*. Men at vi ligefrem vil tilbage til forrige tiders vilkår, som den restorative nostalgi jo indebærer, og at der var nogen, der tog over for os og gav os de rammer vi eksempel synes at savne (*jf. afsnit 5.1.1.*) – det tror hun ikke (*Ibid., s. 8, 226-228*). Men vi kan sagtens finde inspiration til, hvordan vi gerne *vil leve*, ud fra hvordan man *har levet* (*Ibid., s. 4, l. 88-94*). Ifølge Britta kan vi altså forstå, at det er den refleksive nostalgi, der er i spil, men at vores nostalgi kan have restorative træk. Men den restorative nostalgi, mener hun først for alvor kommer på banen når det gælder politik, hvor man eksempelvis kan genindføre tidligere lovgivning eller vilkår (*Ibid., s. 14, l. 388-392*). Ellers tænker hun at al nostalgi er reflektiv, når den ikke har denne politiske karakter. Ifølge hende, ved vi jo godt at vi fantaserer om fortiden, men vi kommer tilbage til virkeligheden igen. Hun ser nostalgien som oplevelseslommer, som vi falder ned i, og så kommer man op igen – og derfor er det henvist til at være reflektivt (*Ibid., s. 14, l. 399-404*).

Søren er enig i, at den refleksive nostalgi hersker: *"vi ved jo godt, at [...] ingen [...] kan bade i den samme flod to gange [...] – alting forandrer sig"* (bilag 5, s. 9, l. 243-244). Han mener at nostalgien er en reflektiv postmoderne kultur, der kan tilbyde noget af den rodfæstethed, som vi moderne mennesker må erkende at vi har tabt. Men nostalgien er ikke af restorativ karakter, fordi vi vil samtidig gerne have den frihed, som moderniteten har givet os – og ifølge Søren kan man ikke være rodfæstet og fri på samme tid. Derfor opfinder vi denne rodfæstethed – og her er det nostalgiske tilbageblik en måde, hvorigennem man kan føle og få den (Ibid., l. 251-256). *"Rendyrket nostalgi – at vi skal leve som i 1950'erne – det får du ikke mange med på"* (Ibid., s. 13, l. 369-370).

Boym knytter nostalgien til modernitetens komme og globaliseringens uendelige erfaringsrum. Nu'et er uddøende, vi har mindre tid, og flere og flere virkelige og virtuelle dimensioner at forholde os til. Nostalgiske iscenesættelser kan give os et begrænset rum i denne kompleksitet (jf. afsnit 4.2.1.). Hermed kan nostalgien ikke kun give os den rodfæstethed, som Søren omtaler, men fantasierne kan også være kilde til den ro vi kan længes efter (jf. afsnit 5.1.1.). Gitte Duemose Hansen pointerer ligeledes at det senmoderne (teknologi, medier, mv.) har distanceret os fra direkte interaktion og kontakt, hvorfor det nostalgiske også handler om en længsel efter nærvær. *"Muligheden for at sanse det nære bliver en kvalitet i et samfund, hvor mulighederne for at stifte bekendtskab med det fjerne gennem medier er ubegrænsede."* (Hansen, 1998, s. 38). Heraf, og af samtidsanalysen generelt, kan vi altså forstå, at der er flere ting vi længes efter i nutiden, som nostalgiske og idylliserede fantasier om fortiden kan tænkes at kompensere for. Svetlana Boym mener ikke at det decideret er fortiden vi længes efter, men nærmere en mental 'ro' (jf. afsnit 4.2.1.), hvilket understøtter den formodede refleksive karakter af nostalgien. Forbrugerinterviewene i afsnit 5.2. vil gøre os klogere på, om denne refleksive nostalgi rent faktisk er i spil i realiteten.

Afslutningsvis fremhæver Boym populærkulturen som noget af det, der især har forværret nostalgien. Hun lægger især vægt på popkulturen (navnlig den amerikanske) som værende det, der har skabt vores billede af fortiden – hun kalder det ligefrem svært at længes efter noget udenfor disse udvalgte/producerede billeder (jf. afsnit 4.2.1.). Britta er enig i at popkulturen har et afgørende ansvar i vores forestillinger om fortiden (bilag 4, s. 15, l. 406-410). Hun udtaler ligeledes at *"de popkulturelle repræsentationer af fortiden, tit er det eneste folk har"* (Ibid., s. 18, l. 491-492). Dette kan være problematisk, da repræsentationerne er

idylliserede og uvirkelige (*Ibid.*, 508-509) – og ligesom medierne (*jf. afsnit 5.1.1.2.*) kommer popkulturen dermed ligeledes til at skabe en hyperrealistisk forestilling om fortiden, som nutiden ikke kan leve op til. Som Boym også påpeger, kommer popkulturen dermed til at forværre vores nostalgi og vores tendens til at fantasere om fortiden. Men samtidig er popkulturen lindrende når vi så 'lider' af nostalgi – her kan den give os det vi står og længes efter, men kun for en stund (*jf. afsnit 4.2.1.*).

I forlængelse af popkulturens betydning for nostalgien, er det ifølge Søren Askegaard ikke så underligt at det særligt er 50'erne og 60'erne, der er genstand for vores nostalgi. Det var nemlig her at populærkulturen for alvor sparkede ind, og således gav tiden et billede- og lydspor. Således forklarer han, at det er her vores forestillingsunivers starter. At 50'erne og 60'erne ydermere falder sammen med moderniteten og individets frigørelse, gør at vi kobler denne tid med en forestilling om frihed (*bilag 5, s. 9-10, l. 263-276*): "*Vi husker 60'erne som dengang vi gjorde oprør [...] og blev frie mennesker i en eller anden forstand*" (*Ibid.*, l. 275-276). Det kan altså tyde på, at især denne historiske epoke er genstand for vore nostalgiske fantasier.

#### 5.1.2.1. Nostalgi i forbrugskulturen

Men hvordan viser denne nostalgi sig så helt specifikt i den moderne forbrugskultur? Og hvorledes driver nostalgien til køb af produkter? Som vi så i *afsnit 4.2.2.1.*, så har Holbrook & Schindler forsøgt at operationalisere det nostalgiske begreb i forhold til forbrug. De definerer nostalgi som en præference for fortidens genstande, hvilket inkluderer historiske genstande, der ikke har nogen relation til ens personlige fortid. De pointerer, hvorledes man eksempelvis kan identificere sig med kultur, der daterer før ens fødsel, og at fortidens genstande kan ses som repræsentationer af forgangne æraer og vække tanker herom. Flere af de andre forbrugsnostalgiske teoretikere tager udgangspunkt i denne definition (*jf. afsnit 4.2.2.*). Holak & Havlena uddyber ved at sige, at fortidens genstande fremkalder en følelse og refleksion, hvor fantasier om en idylliseret fortid fremkaldes. I denne sammenhæng forklarer de, at fortidens produkter kan lindre ens længsel efter fortiden (*jf. afsnit 4.2.2.2.*). Fortidens produkter kan altså tyde på at kunne legemliggøre den compensation, vi eventuelt søger i

vores nostalgiske fantasier (jf. afsnit 5.1.2.). Samtidig kan de tyde på, at være et middel til at skabe disse kompenserende dagdrømme.

På det spinkle, men flersidede grundlag, der gives i specialets indledende afsnit (jf. afsnit 1.), formodes en stigende interesse for fortidens genstande og produkter, at kunne være en realitet. Denne iagttagelse understøttes blandt andet af Holbrook & Schindler, Zhou et al. og Loveland et al. (jf. afsnit 4.2.2.). Britta udtrykker ligeledes, at den nostalgiske tilbøjelighed har ført til en forhøjet interesse i fortidens genstande, og mener godt at der kan være tale om en nostalgisk forbrugstendens (bilag 4, s. 7-8, l. 199-203). Disse genstande kan eksempelvis være genbrugsgenstande, retro-møbler, vintage plakater, vinyl (LP'er) og popkultur, der fokuserer på, og afbilder, fortiden (jf. afsnit 1.).

Gitte Duemose Hansen udtrykker at *"Det er fristende at se rummets opfyldning med gamle ting, som en reaktion på en senmoderne eksistentiel og psykologisk usikkerhed eller tomhed"* (Ibid., s. 30). Dette må, til dels, siges at stemme overens med samtidsanalysens foreløbige fund, men Gitte påpeger at en analyse af den betydning, som fortidens produkter har i den nutidige kultur *"må balancere mellem en opmærksomhed på nostalgis forskellige aspekter og en opmærksomhed på, at andre behov end nostalgis kunne finde tilfredsstillelse ved disse køb"* (Hansen, 1998, s. 30). Hun pointerer således, at interessen for fortidens genstande kan skyldes meget andet end nostalgi. Dette gør Britta ligeledes opmærksom på: *"Genbrug kan jo fortolkes ind i sådan en bæredygtighedsdiskurs [...], som handler om at vi [...] har fundet ud, af at klodens ressourcer er mere begrænsede, så måske skulle man give sig til at genbruge noget af det der er."* (bilag 4, s. 2, l. 29-31). Britta mener endvidere, at forbruget, i al sin enkelhed, også bare bunder i en nutidig trend: *"det er også bare en ny kapitalistisk modus"* (Ibid., s.5, l. 137-138). Disse potentielle årsager har måske deres validitet, men specialet beskæftiger sig som bekendt kun med *nostalgis* rolle i den moderne forbrugskultur (jf. afsnit 2.). Derfor vil jeg som udgangspunkt se bort fra disse alternative årsager i Indholdsanalysen (afsnit 5.2).

Ifølge Gitte Duemose Hansen, kan smagen for gamle ting handle om en opslugthed af det autentiske og oprindelige, samt en nostalgisk fantasi om tryghed (Hansen, 1998, s. 40). Som vi også var inde på i afsnit 5.1.1.2., kan det nostalgiske være udtryk for en længsel efter noget, der er mere ægte end det omgivende. Som Baudrillard ligeledes bekræfter i omtalte afsnit, kan dette være resultatet af en vej væk fra tegnenes oprindelse, og en opstigning af simulationer i forbrugskulturen. Søren bekræfter at der er en *nostalgisk længsel, efter en ægte*

vare: "der er en nostalgisk længsel efter en ægte vare, en vare der ikke er, så at sige, pakket ind i en, sådan industrialiseret og ret uigennemskuelig produktionsform" (bilag 5, s. 6, l. 176-178).

Heraf kan vi altså udlede, at købet af fortidens produkter også kan være udtryk for en længsel efter noget mere virkelighedsnært. Ifølge Gitte kan tidligere tiders fremstillingsmetoder fremstå som mere autentiske end nyere produktionsformer. Hun påpeger, at der eksisterer en nostalgi, der er forbundet med den grundige tilvirkning baseret på håndkraft (Duemose, 1998, s. 36). Således kan købet af gamle genstande også tænkes at være resultatet af en forestilling om, at tidligere tiders produktionsformer er mere 'virkelige' og 'ægte' end nutidens. Dette bekræftede Russell Belk tidligere, da han fremhævede at nostalgien efter ting fra fortiden, også har noget at gøre med at tingene er mere autentiske, end de mange overfladiske, kunstige og unaturlige dele i vores nutidige liv (jf. afsnit 4.2.2.5).

Som vi kunne forstå af *afsnit 4.2.2.3.*, kan præferencen for nostalgiske produkter ifølge Zhou et al. også skyldes eksistentiel og social usikkerhed. Forskerne mener at det nostalgiske forbrug har været i rivende udvikling siden finanskrisens start i 2008, antageligt som et resultat af den forhøjede usikkerhed, krisen har medført. Som vi allerede har fundet i flere dele af samtidsanalysen, så *kan* det moderne individ formodes at være præget af en enorm usikkerhed (jf. *afsnit 5.1.1.*). En usikkerhed, der kan være en stor faktor i den nostalgiske tilbøjelighed (jf. *afsnit 5.1.1.1.*). Og som vi allerede har fundet i *afsnit 5.1.2.*, så kan vi tænkes at kompensere for denne usikkerhed ved at fantasere og dagdrømme om en idylliseret fortid. Ifølge Zhou et al. skaber nostalgiske produkter en direkte forbindelse til fortiden, og kan således give et fast holdepunkt (jf. *afsnit 4.2.2.3.*). Når vi føler os ontologisk usikre og identitetsløse i den moderne verden, kan nostalgiske produkter, ligesom vores fantasier (jf. *afsnit 5.1.2.*), give os en følelse af orden og sikkerhed (jf. *afsnit 4.2.2.3.*). Søren Askegaard bekræfter dette, da han forklarer at det nostalgiske i forbrugstendensen er del af en refleksiv postmoderne kultur, der "tilbyder noget rodfæstethed, som vi moderne mennesker må erkende at vi har tabt." (s. 9, l. 250-253).

Af Loveland et al. kunne vi forstå at nostalgiske produkter også tilfredsstillende individets behov for tilhørsforhold og social relation. De siger desuden at nostalgi er mere fremtrædende, når man føler sig ensom, hvorfor præferencen for nostalgiske produkter og tilhørsforhold især kan være markant i disse situationer (jf. *afsnit 4.2.2.4.*). Britta gør opmærksom på, at ensomhed faktisk *er* en af de store udfordringer i vores moderne samfund (*bilag 4, s. 12, l.*



339-341). I forrige afsnit pointerede Gitte Duemose Hansen, hvorledes medier og moderne teknologi har distanceret os fra direkte kontakt, hvorfor vi kan have en længsel efter nærvær. Således kunne det tyde på, at der rent faktisk eksisterer et behov for tilhørsforhold i det moderne samfund. At vi samtidig står helt alene med ansvaret for vores identitetsskabelse, og ydermere er gået ned på sociale relationer (jf. afsnit 5.1.1.), kan næsten kun understøtte denne antagelse.

I interviewet med Britta, nævner hun i sammenhæng med ensomheden, at når man køber produkter fra fortiden – eksempelvis et gammelt teaktræs-møbel – så gør dét, at andre har brugt møblet, at det bliver nærværende og at man ligefrem kan relatere til det emotionelt (bilag 4, s. 11, l. 300-305). Hun uddyber: Tingene har en attraktionskraft, fordi de har en historie i form af ejerskab og patina, så de faktisk får menneskelignende træk (bilag 4, s. 12, l. 330-332). Russell Belk beskrev i teorien ligeledes, hvordan tingene bærer en historie og kan transformere vores moderne verden – noget ny-producerede ting ikke er i stand til (jf. afsnit 4.2.2.5). "På en måde er det lidt ligesom at befolke sit hjem med historie [...] - med nogle andre mennesker, med nogle andre liv, med noget andet historie [...] Det er sådan set at gøre det rigere, give det en ekstra dimension." (bilag 4., s. 11-12, l. 318-320). Det kan altså umiddelbart lyde som om, at tingene rent faktisk *kan* give os selskab. Loveland et al. virker overbeviste, når de siger at købet af nostalgiske produkter kan danne forbindelse til fortiden og sociale fællesskaber (jf. afsnit 4.2.2.4.).

Ifølge Russell Belk er vores ejendele en forlængelse af vores identitet – og fortidens genstande kan være med til at definere os og give os fodfæste i fortiden (jf. afsnit 4.2.2.5). Som vi fandt af Baudrillard, så køber vi formodentlig ikke bare en genstand, men i højere grad de tegn genstanden rummer (jf. afsnit 5.1.1.2.). Hvis vi sammenfører dette med, hvorledes fortidens genstande kan kompensere for vores ontologiske usikkerhed og legemliggøre vores fantasier (som fundet tidligere) – kan købet af fortidens genstande så være en måde, hvorpå vi køber os til de 'værdier' som vi savner fra fortiden? Russell Belk mener i hvert fald, at den opfattelse vi har af antikviteter og gamle tings oprindelse og kontekst, bliver en del af vores identitet. Så ved at købe fortidens genstande, kan vi tænkes at bygge på vores identitet med fortidens imaginære indhold (*Ibid.*). Ifølge Søren Askegaard, så er nostalgien i hvert fald et element i en postmoderne sammensætning af identitetsskabende platforme (bilag 5, s. 13, l. 372-373). Har vi Baudrillard, og den frie anvendelse af tegn i forbrugskulturen in mente (jf. afsnit 5.1.1.2.),

kan det altså tyde på, at forbrugeren gennem køb af fortidens produkter, frit kan vælge de 'værdier' fra fortiden, som vedkommende savner i sin nutid og hermed bygge dem på sin identitet. Ifølge Belk er købene i hvert fald et forsøg på at fremtrylle fortiden, et håb om at tingen har absorberet noget af fortiden – noget vi eventuelt kan udvinde (jf. afsnit 4.2.2.5). Med dette kommer der endnu et lag på den kompensering, som vi eventuelt prøver at legemliggøre.

Ifølge Belk kan købet af fortidens genstande ses som en måde at mindes fortiden, men også som et forsøg på at bringe den nærmere (jf. afsnit 4.2.2.5). Heri er Søren Askegaard enig og uddyber: *"Selvfølgelig kan det være et forsøg på at bringe fortiden nærmere [...] Det kan da godt være, at en af grundene til at min kone holder meget af den der 50'er, 60'er stil [...] er fordi, at hun også har [...] en idé om, at [...] der var engang hvor mennesker var lidt [...] nærmere på hinanden."* (bilag 5, s. 12, l. 349-353). Af hans uddybelse kan det altså tolkes, at Søren tænker at hans kones præference for 50'er og 60'er stilen, eventuelt får hende til at føle sig nærmere hendes forestilling af denne epoke. Dette ville McCracken i hvert fald bekræfte, da fortidens genstande, ifølge ham, gør fortiden til en del af vores nutid (jf. afsnit 4.2.2.5).

Som vi kunne forstå af forrige afsnit, så kan popkulturen tænkes at være lindrende når vi 'lider' af nostalgi (jf. afsnit 5.1.2.). Popkulturen kan blandt andet ses som genstande i vores forbrugskultur, der refererer til og afbilder fortiden. Hermed kan der altså findes belæg for, at genstande forbundet med fortiden formodentlig kan tilfredsstille vores nostalgiske længsel. Indeværende afsnit har kun støttet op om denne antagelse: Vi har fundet, at fortidens genstande eventuelt kan give anledning til en følelse og refleksion, der fremkalder fantasier om en idylliseret fortid. Vi har således fundet, at genstandene kan legemliggøre dén imaginære compensation, vi danner, når vi står overfor usikkerhed og mangler i vores liv og samtid. Vi har fundet, at fortidens genstande måske ses som mere ægte og virkelighedsnære end deres nutidige sidestykker. Vi har desuden fundet at nostalgiske produkter kan give os en følelse af tilhørsforhold, kan gøre fortiden til en del af vores nutid og eventuelt kan være udtryk for de 'værdier' vi længes efter.

Købet af fortidens genstande (nostalgiske produkter) kan altså tænkes at 'tilfredsstille' en nostalgisk længsel i den moderne forbrugskultur. Dette kan ske på en række forskellige måder. Desuden kan købene eventuelt være en compensation, for noget der mangler eller er usikkert i vores nutid.

## 5.2. Indholdsanalyse

For at finde frem til den rolle, nostalgien spiller i den moderne forbrugskultur, skal jeg, som nævnt i afsnit 2. *Problemformulering*, kigge på den moderne forbruger, og afdække i hvilken grad nostalgi er en del af dennes forbrugsmønster og livsverden.

Samtidsanalysen har netop givet en forståelse af, hvad der *kan* have foranlediget en nostalgisk adfærd i den moderne forbrugskultur. Herudover har den givet en forståelse af, hvilken rolle nostalgi *kan* spille i den moderne forbrugskultur. Som nævnt i *afsnit 3.3. har* disse betragtninger været grundlaget for eksekverede interviews med moderne individer; der nu skal afdække, hvorvidt og hvorledes den moderne forbruger så reelt *kan være* nostalgisk i sit forbrug.

Ud fra de spørgsmål som samtidsanalysen dannede fundamentet for, er der gennemført interviews med henholdsvis Simon Bohlbro og Thandi Dyani, der er blevet udvalgt på baggrund af en selvproklameret interesse for fortidens genstande. Spørgsmålene blev bygget op omkring fire temaer, der vurderes til at være essensen i samtidsanalysen: Den moderne forbrugskultur, fortiden, længsel (nostalgi) og nostalgisk forbrug (*se bilag 2 – Interviewguide*).

Indholdsanalysen vil nu analysere og diskutere denne empiri i forhold til samtidsanalysen, så der opnås en forståelse af den moderne forbrugers dele, ud fra den helhed, som denne lever i og er et produkt af. Således vil denne del af analysen give en dybere forståelse af den moderne, potentielt nostalgiske forbruger. Hermed kommer vi tættere på, om denne rent faktisk længes efter fortiden, og om nostalgi i realiteten spiller en rolle i den moderne forbrugskultur.

### 5.2.1. Interviewanalyse

Simon beskriver det pres han føler, der hviler på individet i den moderne verden: *"Jeg synes godt at det kan virke som om, at det går for hurtigt mange gange."* (bilag 6, s. 1, l. 37) *"Vi skal skynde os, [...] og vi skal sgu også være nummer ét i alt, hvad vi gør."* (Ibid., l. 40-41) Han eksemplificerer med, at kvinder i hans optik får børn senere *"fordi de netop skal igennem hele det her pres, med uddannelse, job, karriere, mand, børn, osv."* (Ibid., l. 44-45). Han kan altså føle at det moderne er blevet et krav om, at tingene skal gå hurtigt og at vi skal nå en masse ting. og udtrykker at han derfor *"godt kan savne, at man vendte lidt mere tilbage, til de der lidt mere*

*jordnære værdier.*" (Ibid., l. 45-46). Thandi beskriver ligeledes, at hun synes at samfundet er præget af, at alting skal gå hurtigt, noget hun synes sker på bekostning af de sociale relationer *"Jeg synes der er meget fokus på at alt skal gå meget hurtigt hele tiden"* (bilag 7, s. 1, l. 23-24). *"Men hvor familielivet muligvis nok er det der betyder mest, men som man har mindst tid til, altså som man tit kommer til at presse ind"* (Ibid., l. 26-27). Ligesom samtidsanalysen fandt i afsnit 5.1.1., virker der altså, i realiteten, til at være eksempler på det pres og den ontologiske usikkerhed, som både teoretikere og eksperter mener, at individet kan føle i den moderne verden.

I denne forbindelse viser Simon også tegn på, at være påvirket af at stå alene med ansvaret for sit liv. Tanker om karriere, økonomi og stiftelsen af familie er det, der kan bekymre ham, da han bliver spurgt om, hvad der kan bekymre ham i hverdagen (bilag 6, s. 2, l. 56-67). *"Man står og er midt i 20'erne, og om nogle år [...] skal man til at tænke i børn og hus og så videre. Så helt klart, det her med økonomi og job – det spiller en stor rolle."* (Ibid., l. 66-67). *"Jeg tror, det der ligesom er min drøm, i hvert fald på nuværende tidspunkt, det er det her med at få styr på min tilværelse i virkeligheden"* (Ibid., s. 5, l. 199-201). At det Simon *drømmer* om, ligefrem er at få styr på sin tilværelse, må formodes at være et tegn på, at det er en stor bekymring for ham, at skabe nogle rammer i livet. Dette illustrerer, ganske rigtigt, at samfundets svindende rammer måske kan være anledning til bekymring, som blandt andet Bauman er inde på (jf. afsnit 5.1.1.). I denne sammenhæng udtrykker Thandi, at hun godt kan lide den frihed moderniteten har givet os, men pointerer også at den gør mange ting svære og komplicerede: *"Jeg kan godt lide friheden. Men det kommer jo også med konsekvenser [...] Folk er mere deprimerede og de savner retning, og de begår selvmord og sådan noget"* (bilag 7, s. 5, l. 200-203). *"Det kan jo også være hårdt på nogle måder, at have frihed til alting."* (Ibid., l. 208-209)

Men betyder disse bekymringer så, at man griber tilbage til fortiden efter stabilitet og tryghed, som samtidsanalysen også hentyder til? (jf. afsnit 5.1.1.1.). De interviewede viser faktisk hurtigt tegn på lige præcis dette, i deres udtalelser. Thandi er for eksempel inde på, hvilke negative konsekvenser hun synes teknologien har haft – og i denne sammenhæng vurderer hun, at forholdene var 'bedre' i fortiden. *"Så er der sådan noget med snapchat, så kan du sende en video, så du skal hele tiden være pæn [...] du skal hele tiden præstere noget – og det er lige meget om det er i arbejdsliv, eller om det er i din fritid, eller om du er barn eller voksen. Man er bare på hele tiden. Det var man bare ikke på samme måde i gamle dage. For hvis du kom hjem*

var der ikke nogen, der kunne se dig jo." (bilag 7, s. 4, l. 170-174). Simon kommer ind på manglende sociale relationer i samfundet, hvor han ligeledes henleder til et mere forbilledlige forhold i fortiden. "[...] jeg kunne da godt forestille mig, at der er mange mennesker der lever dør om dør med nogle andre, som de ikke kender, fordi de ikke snakker med dem. Og det har jeg da en idé om, at man gjorde meget mere før i tiden" (bilag 6, s. 4, 170-173).

Som Svetlana Boym blandt andre er inde på (jf. afsnit 5.1.2.), virker der til at være en kritik af nutiden i det tilbagerettede, nostalgiske blik. Da de interviewede blev adspurgt om, hvorvidt de er fascinerede af fortiden, var svarene "Helt klart." (bilag 6, s. 5, l. 220). "Ja! Det er jeg." (bilag 7, s. 5, l. 217). Herefter begyndte interviewpersonenerne med det samme, at påpege hvorledes 'dengang' var bedre end 'nuet': Simon udtrykker eksempelvis kort efter, at han tror forholdene var bedre dengang, og sammenligner med et nu, der ikke står distancen: "[...] jeg har også en idé om, at det politiske liv og den måde, som tingene var skruet sammen på, at den var federe. [...] hele den samfundsånd, der ligesom gennemsyrrer totalt efter 2. Verdenskrig. Nu skulle man til at dyrke nogle andre værdier. Noget mere nærvær og kærlighed og det skulle være slut med krig, nogensinde igen. Hele den der idealisme, som der var i ungdommen dengang. Altså at de ligesom formåede at gøre oprør mod det, som de syntes var forkeret eller forkasteligt i samfundet. Den er jo fuldstændig væk i dag." (bilag 6, s. 5, l. 228-235) "[...] jeg har en idé om at samfundet måske var mere enkelt i fortiden, den nære fortid. [...] Samfundet var mere enkelt indrettet end det er nu." (Ibid., s. 6, l. 253-254).

Simon virker altså til at mene, at samtiden er kompleks, og at forholdene var mere tiltalende og enkle førhen. Han uddyber hans opfattelse af en formodet enkelthed i fortiden: "Jeg forestiller mig på mange måder, at samfundet var mere enkelt indrettet - og med enkelthed, der mener jeg, at der var nogle lidt mere klare og faste rammer, i forhold til, hvad man gjorde. At man gik i skole og så blev man jo typisk udlært inden for et håndværksfag og fik et arbejde. Og levede så ellers lykkeligt. Eller det er i hvert fald lidt mit billede af det." (Ibid., s. 7, l. 282-285). Lige præcis denne udtalelse er spændende, da den kan sammenholdes med Simons tidligere udtalelse, hvori han udtrykker bekymring omkring diverse valg og beslutninger i hans eget liv. I den netop citerede udtalelse virker han til, at kunne finde løsningen på disse bekymringer, i hans forestilling om fortiden. Jævnfør afsnit 5.1.2. og tanken om, at man måske kan kompensere for mangler og usikkerhed gennem nostalgis tilbagerettede forestillinger, virker dette derfor sandsynligt.

Men kan Simon også opnå denne compensation gennem købet af fortidens genstande? Det virker sandsynligt. I hvert fald omtaler han på et senere tidspunkt, hans oplevelse når han sidder og hører en gammel LP: *"det, at man kan sidde og høre deres ting, tekster, musikudtryk på plade for eksempel [...] er med til ligesom [...] at man kan sidde og tænke "Ej, hold kæft, hvor var det bare fedt dengang" og [...] at man bare levede det fede, bekymringsfrie liv et eller andet sted [...]"* (bilag 6, s. 8, l. 368-372). På samme måde tager han, på et andet tidspunkt, ligeledes udgangspunkt i et eksempel med gamle vinyler. Dette er i forbindelse med en dialog om, at Simon godt kan længes efter nogle af de kvaliteter, der var gældende i fortiden, og være tilsvarende modstander af nutidens forhold (*Ibid.*, s. 12, l. 528-540): *"I forhold til de moderne afspilningsformer [...] fungerer LP'en jo på den [...] super enkle måde, at du har en pickup og løfter og sætter ned i en rille, og så kører den fra start til slut. Der er ikke noget med, at man kan gå hen og trykke og sige "Nå, men jeg vil springe det her nummer over" eller "Jeg vil hellere høre det her". [...] Du sætter dig ned og lytter til en hel plade, fra den starter til den slutter – og det synes jeg, at der giver mig [...] sådan en tur tilbage til det enkelte - til det simple."* (*Ibid.*, l. 533-540). I det første eksempel virker det som om, at det at lytte til en specifik ældre LP, kan vække nogle tanker og fantasier i Simons indre, der kan kompensere for eventuelle bekymringer i hans eget liv. Han synes at leve sig ind i en fantasi om *'det bekymringsfrie liv'*, som han selv udtrykker det. I det andet eksempel virker Simon til, at kunne opnå en oplevelse af *'det enkle'*, ved at sætte en LP på pladeafspilleren. Han roser LP'en *'i forhold til de moderne afspilningsformer'*, hvilket tyder på en utilfredshed med moderne afspilningsformer, hvilken der så kompenseres for ved at ty til fortidens afspilningsformer.

Det virker altså til, at fortidens genstande faktisk *kan* være i stand til at skabe en refleksion og fantasering, der kan tænkes at kompensere for mangler og usikkerhed i ens samtid, som diskuteret i *afsnit 5.1.2.1.*. Thandi viser ligeledes tegn på, at kunne kompensere for den kompleksitet og travlhed hun synes, der er over hverdagen - gennem hendes køb af gamle møbler (*bilag 7, s. 10, l. 425-432*). Hun har tidligere i Indholdsanalysen givet udtryk for, at livet i den moderne verden går for hurtigt - at det kan være svært og kompliceret. På et andet tidspunkt udtrykker hun ligeledes, at *"mobilen [...] og internettet er bare guld værd. Men det kommer også bare med nogle konsekvenser, fordi verden er så meget mere kompliceret. Fordi, man kan ikke bare give slip på den, fordi man er der hele tiden, man er hele tiden på de sociale medier, eller et eller andet, ikk."* (*Ibid.*, s. 4, l. 144-147). Her virker hendes ældre møbler, som

nævnt, til at kunne kompensere for sådanne bekymringer "Altså, at man på en eller anden måde, gennem sit hjem, kan skabe den der "Der er ikke så komplekst", "Der er måske ikke så travlt" eller..." (Ibid., s. 10, l. 433-434).

De interviewede formodes dermed, på nogle måder, at kunne finde en tilfredsstillende og sikkerhed i fortidens produkter, som de måske mangler i den moderne verden. Der antages altså, i nogen grad, at være tale om et nostalgisk forbrugsmønster, da de ældre genstande (antageligt) giver denne behovstilfredsstillende, fordi de blandt andet vækker nostalgiske associationer, tanker og fantasier om svundne tider. At en gammel LP kan henlede Simons tanker på 'det bekymringsfrie liv' - og at Thandis møbler kan skabe en ukompliceret følelse - antyder at tingene giver anledning til den refleksion, som Søren Askegaard nævner i samtidsanalysen, og måske kan give noget af den rodfæstethed, som det moderne menneske, ifølge ham, har tabt (jf. afsnit 5.1.2.1.).

Som fundet i samtidsanalysen kan de gamle ting forestilles, at give en følelse af tilhørsforhold i de nostalgiske tankeforbindelser, de kan give anledning til (Ibid.). Men kan tingene virkelig opfylde et behov for sociale relationer? Kan de virkelig give en følelse af, at man 'hører til'? Thandi forklarer, at hun godt kan tænke på tingenes historie, når hun køber genbrug (bilag 7, s. 11, l. 492-495): "[...] alting det har en historie, og det er sjovt at tænke på, på en eller anden måde." (Ibid., l. 494-495). Da hun i denne forbindelse bliver adspurgt, hvad denne historie så giver hende, forklarer hun at det får hende til at føle noget, der, i min optik, kunne ligne et tilhørsforhold: "[...] man bliver vel bare en del af noget større, på den eller anden måde." (Ibid., l. 499). Dette beviser måske imidlertid ikke, at tingene ligefrem kan opfylde et behov for tilhørsforhold, men det Simon kommer ind på i en lignende forbindelse, kunne derimod tyde på det.

Simon udtrykker midt i interviewet, at han på mange måder ikke føler, at han passer særlig godt ind i det moderne samfund, hvorimod han i højere grad kan identificere sig med fortidens idealer (bilag 6, s. 9, l. 399-409). Da vi senere snakker om, hvilke følelser, fortidens produkter kan vække (Ibid., s. 11-13, l. 507-578), forklarer han, blandt andet, hvorledes han kan reflektere over genstandenes historie og tidligere ejerskab: "[...] hvis jeg nu snakker videre om det her med LP'en. [...] lyden af en LP har en særlig varm følelse, fordi den udtryksform simpelthen er så anderledes, end hvad man kender fra i dag, hvor musikere går i et studie, og så spiller de lidt, og så sidder de og computerredigerer det. I gamle dage der skulle man sgu slide

lidt mere for tingene. Der spillede man i et studie, indtil det lød helt perfekt. [...] Så klart det og så selvfølgelig også det her med historiens vingesus, ikke. At sidde med nogle brugte LP'er i hånden, som har tilhørt sikkert 10-20 andre mennesker [...]" (Ibid., s. 12, l. 550-558). Simon giver altså udtryk, både for en nostalgisk forestilling om at fortiden ('igen') er nutiden overlegen, men også for at LP'en kan give ham en varm følelse og få ham til at tænke på de tidligere ejere. Da jeg efterfølgende spørger ham, hvorfor det giver ham en varm følelse, svarer han: "[...] for mig handler det jo meget med det her, med sådan en eller anden form for flashback til den der tidsånd." (Ibid., s.13, l. 563-564). Hvor han tidligere udtrykker en nostalgisk længsel, i forhold til fortidens idealer, virker han altså her til at udtrykke, at han kan opnå en slags tilhørsforhold til den tid, han er nostalgisk overfor – gennem brugen af fortidens genstand. Gennem de tanker og følelser, som fortidens genstand vækker i ham, virker han umiddelbart til at kunne opnå en forbindelse til ophavet for hans nostalgi.

I samtidsanalysen fandt vi, at købet af fortidens genstande kan være en måde at minde om fortiden, men eventuelt også et forsøg på at bringe den nærmere (jf. afsnit 5.1.2.1.). Da Simon bliver adspurgt, om tingene får ham til at føle sig tættere på fortiden, svarer han (bilag 6, s. 12, l. 530-531): "Ja, helt klart." (Ibid., l. 533). Det førnævnte eksempel viser da også, hvorledes han kan føle, at opnå en forbindelse til fortiden gennem sine gamle LP'er. Thandi beskriver ligeledes, at hun godt kan lide at bringe fortiden ind i sin nutid (bilag 7, s. 7, l. 321-322) – hun uddyber dog ikke, om dette rent faktisk får hende til at føle sig nærmere fortiden.

Søren Askegaard nævner i samtidsanalysen, at nostalgien er et element i en postmoderne sammensætning af identitetsskabende platforme (jf. afsnit 5.1.2.1.). Her fandt vi desuden, at købet af fortidens produkter, eventuelt kan være en måde, hvorpå forbrugeren kan købe sig til de 'værdier' fra fortiden, som vedkommende savner i sin nutid (Ibid.). Men føler de interviewede, at genstandene bidrager til deres identitetsskabelse og at de absorberer noget af genstandenes 'værdi'? Thandi virker i hvert fald til at føle, at 'de gamle ting' er med til at vise, hvem hun er, hvilket kan ses ud fra nedenstående dialog (bilag 7, s. 10, l. 425-438):

**Interviewer:** "hvad er det så, det giver dig, at have de her gamle ting?"

**Thandi:** "[...] Det skaber jo sådan... Jeg føler at mit hjem repræsenterer, hvem jeg er, som person."



**Interviewer:** *"[...] ved at købe fortidens genstande, har det så noget at gøre med, hvem du er?"*

**Thandi:** *"Ja, det har det måske. Altså, at man på en eller anden måde, gennem sit hjem, kan skabe den der "Der er ikke så komplekst", "Der er måske ikke så travlt" eller..."*

**Interviewer:** *"Så det skaber noget identitetsfølelse?"*

**Thandi:** *"Ja, det gør det."*

Simon udtrykker ligeledes, at de gamle ting bidrager til hans identitetsfølelse, og er med til at vise, hvem han er, da han bliver adspurgt herom (*bilag 6, s. 13, l. 580-600*): *"[...] det er en meget stor del af, hvem jeg er som person, og så synes jeg det siger rigtig meget om, hvordan jeg gerne vil fremstå og hvordan jeg ser mig selv."* (*Ibid.*, l. 584.586). Han ligger desuden vægt på, at tingene giver udtryk for hans holdninger og meninger *"I forhold til at åndslige, kulturrige. [...] Det bidrager til min personlighed, at det [...] ligesom giver udtryk for i mine holdninger og meninger [...]"* (*Ibid.*, l. 595-597).

Det kan altså virke til, at både Thandi og Simon føler, at fortidens genstande bidrager til at vise 'hvem de er'. I Thandis eksempel kan hun desuden tolkes at føle, at tingene får hendes hjem (og hende) til at fremstå som mindre 'komplekst' og mindre 'travlt'. Da Thandi desuden har udtrykt en forestilling om at livet var mere simpelt i fortiden (*bilag 7, s. 6, l. 262-269*): *"Jeg forestiller mig bare, at det var mere simpelt."* (*Ibid.*, l. 265) – kan det måske endda virke som om, at hendes nostalgiske forestilling om fortidens forhold, bliver del af hendes identitetsfølelse. Med andre ord kan de forestillinger Thandi har om møblernes samtid, tænkes at blive del i hendes identitetsskabelse.

Da jeg spørger Simon, hvorfor han har en præference for fortidens produkter, forklarer han, at han ikke bryder sig særlig meget om nutidens produkter, da de er udtryk for en 'brug og smid væk' kultur og derfor af ringere kvalitet (*bilag 6, s. 13-14, l. 602-623*). Samtidig synes han at have en forestilling om, at man fremstillede produkter på en mere 'rigtig' metode i fortiden: *"[...] den måde at man arbejder med træ [...] på [...] det gør man bare ikke på samme måde mere, som man gjorde det i gamle dage."* (*Ibid.*, s. 14, l. 609-611). Thandi udtrykker i den sammenhæng en skepsis overfor moderne produktfremstilling, sammenlignet med tidligere

tider, i forhold til hendes præference for gamle ting: *"for at producere noget i dag, behøver du ikke at kunne noget som helst. [...] Du kan bare taste det ind i en 3D-printer, så har du lavet et møbel, eller du kan bare tage det i Garageband, så har du lavet musik. Altså, du behøver ikke at kunne noget, altså det skal man jo vitterligt ikke, du kan alt, uden at kunne noget."* (bilag 7, s. 12, l. 534-536). Herefter beskriver hun, hvorledes hun forestiller sig det var i fortiden: *"Jamen du skulle kunne noget [...] Du skulle kunne noget mere, for at skabe et eller andet, som gav mening for nogen [...]"* (Ibid., l. 544-545). *"Alt er lavet på fabrikker for eksempel [...] Før i tiden blev det jo lavet i hånden"* (Ibid., l. 553-554).

Som samtidsanalysen fandt, kan købet af fortidens produkter lige præcis være udtryk for en forestilling om, at tidligere tiders produktionsformer er mere 'virkelige' eller 'ægte' end nutidens (jf. afsnit 5.1.2.1.). Dette virker til at have sin relevans, da både Thandi og Simon udtrykker en utilfredshed med den måde 'tingene' bliver på fremstillet i dag, hvorimod de har en nostalgisk forestilling om at tingene blev produceret på en bedre måde i fortiden.

Forestillingen om tidligere tiders produktionsformer, kan måske ligefrem foranledige et køb af fortidens genstande. Købet af ældre ting gør i hvert fald Simon glad: *"det gør mig glad, at jeg køber noget, som jeg ved der har den her funktion. [...] at det er et så godt håndværk at det kan gå igen, selv 50-60 år efter at det er lavet. Det synes jeg mere der vidner om en super kvalitet, ved det her møbel."* (bilag 6, s. 11, l. 492-495).

Simon udtrykker, at han på mange måder identificerer sig mere med fortiden end nutiden (Ibid., s. 9, l. 394): *"[...] på mange måder føler jeg ikke, at jeg som type eller person passer særlig godt ind i den måde, vi har indrettet vores samfund på."* (Ibid., l. 399-400) På det kulturelle plan ville han rent faktisk gerne at tingene var som i gamle dage (Ibid., l. 415) *"Jeg så gerne at man på en eller anden måde vendte tilbage til fjernsynsmonopolet."* (Ibid., l. 415-416) Grunden hertil er, at han ikke bryder sig om den nutidige mediekultur: *"Altså det gælder sgu lige fra aviser til tv og radio, altså at man lægger for meget vægt på en åndsløs popkultur fremfor en berigende åndslig popkultur."* (Ibid., l. 421-423). Men samtidig har han udtrykt, at han er tilhænger af det moderne liv (s. 3, l. 133) *"Jeg er meget tilfreds med den måde, som det fungerer"* (s. 4, l. 146-147).

Som vi kunne forstå af samtidsanalysen (jf. afsnit 5.1.2.), er det ikke umiddelbart den restorative nostalgi, der ifølge både Britta Timm Knudsen og Søren Askegaard, hersker i den postmoderne kultur. Om end Simon har et, tilsyneladende, ret restorativt ønske, om at vende

tilbage til fjernsynsmonopolet, så udtrykker han samtidig en tilfredshed med det moderne samfund i ovennævnte citat. Thandi har ligeledes udtalt at: *"Altså jeg gad ikke at have været min mor."* (bilag 7, s. 8, l. 334). Tidligere i indholdsanalysen bekræftede begge informanter en tydelig fascination af fortiden (samt en præference for fortidens genstande) – og deres fascination har da også vist sig i mange af de udvalgte eksempler – men når det kommer til stykket, virker de ikke umiddelbart klare til at skifte det moderne liv ud med fortiden. Til gengæld virker fortidens genstande til, at give anledning til refleksioner, forestillinger og fantasier, der umiddelbart kunne virke som en måde at kompensere for usikkerheder, utilfredsheder og mangler i deres nutidige liv.

## 6. Konklusion

Specialet har haft sit udgangspunkt i en observeret (og formodet nostalgisk) tendens i den moderne forbrugskultur – til at dyrke en fortid, som forbrugerne ikke selv har været en del af (*jf. afsnit 1.*). Således har jeg arbejdet ud fra en antagelse om, at der kunne eksistere en moderne forbruger, hvis præferencer og købsadfærd i nogle situationer var styret af fortidens kultur og levemåde (*jf. afsnit 2*). Forskningsmålet har været at finde ud af, hvilken rolle nostalgi spiller i den moderne forbrugskultur – hvorvidt og hvorledes nogle forbrugere længes efter fortiden.

Med udgangspunkt i specialets postmoderne og nostalgiske teori, samt kvalitativ empiri indhentet hos eksperter, diskuterede samtidsanalysen (*jf. afsnit 5.1.*) hvorvidt der kunne være tale om nostalgi i den moderne forbrugskultur, og hvilken rolle nostalgien i så fald spillede. Samtidsanalysen fandt, at det moderne individ kan være præget af en usikkerhed, som *kan give* en nostalgisk tilbøjelighed, hvor man længes efter fast indhold og traditionelle værdier. Individet kan endvidere tænkes at kompensere for postmodernitetens usikkerhed, ved at fantasere og dagdrømme om en idylliseret fortid – hvor vilkårene i højere grad var, som man ønskede dem.

Fortidens genstande kan eventuelt give anledning til en følelse og refleksion, der fremkalder fantasier om en idylliseret fortid. Det kan således tænkes, at fortidens genstande kan legemliggøre dén imaginære compensation, som vi danner når vi står overfor usikkerhed og mangler i vores liv og samtid. Man kan gisne om, at købet af fortidens genstande er en måde, hvorpå man køber sig til de 'værdier' man savner fra fortiden – og kompenserer for det man mangler i nutiden. Fortidens genstande ses måske som mere ægte og virkelighedsnære end deres nutidige sidestykker, og samtidsanalysen fandt desuden, at nostalgiske produkter kan give os en følelse af tilhørsforhold, kan gøre fortiden til en del af vores nutid og eventuelt kan være udtryk for de 'værdier' vi længes efter. Fortidens genstande kan ligeledes formodes at være en måde, hvorpå man kan absorbere nogle af de værdier, som man savner fra fortiden og forbinder med produktets oprindelse (*Ibid.*).

Indholdsanalysen bekræftede flere af fundene i samtidsanalysen (*jf. afsnit 5.2*). At interviewpersonerne var påvirkede af den moderne verden og kunne føle en usikkerhed. De viste samtidig en stor fascination af fortiden og en tilbøjelighed til at kunne tænke at fortiden

var 'bedre' og mere enkel end den moderne verden. Fortidens genstande virker til, at kunne skabe en refleksion og fantasering, der kompenserer for mangler i de i interviewedes samtid. Vi så, at en gammel LP kan henlede Simons tanker på 'det bekymringsfrie liv' - og at Thandis møbler kan skabe en ukompliceret følelse. De beskrev ligeledes begge, at fortidens genstande bidrager til at vise 'hvem de er'. Hos Thandi så vi desuden, hvordan køb af fortidens genstande, kunne få hendes livsverden til at fremstå mindre 'komplekst' og mindre 'travl'.

Købet af fortidens produkter kan være udtryk for en forestilling om, at tidligere tiders produktionsformer er mere 'virkelige' eller 'ægte' end nutidens. Dette kommer også til udtryk hos både Thandi og Simon, som beskriver en utilfredshed med den måde 'tingene' bliver fremstillet på i dag, hvorimod de har en nostalgisk forestilling, om at tingene blev produceret på en bedre måde i fortiden.

Det er svært at sige om nogle forbrugere længes efter fortiden, især på specialets meget begrænsede grundlag, men jævnfør specialets teoretikere, eksperter og interviewpersoner, synes der i hvert at eksistere en fascination af fortiden. Interviewpersonerne i afsnit 5.2. giver udtryk for at være meget betagede af fortiden, og de virker da også til at længes efter dele af fortiden. Men som eksperterne også er inde på i afsnit 5.1., så er det ikke umiddelbart den restorative nostalgi, der hersker. Når det kom til stykket, så virkede interviewpersonerne i hvert fald ikke som om, at de gerne ville at tingene virkelig var, som i gamle dage. Til gengæld virkede de meget refleksive omkring fortiden, hvor fantasierne måske kan give dem det, som nutiden ikke kan.

## 7. Litteraturliste

Aarhus Universitet (u.å.) *Britta Timm Knudsen*. Lokaliseret d. 9. september 2015 på:  
<http://pure.au.dk/portal/da/norbtk@dac.au.dk>

Allposters (u.å.) *Fotografi plakater*. Lokaliseret d. 22. September 2015 på:  
[http://www.allposters.dk/-st/Fotografi-plakater\\_c623\\_.htm](http://www.allposters.dk/-st/Fotografi-plakater_c623_.htm)

Allposters (u.å.) *Mennesker plakater*. Lokaliseret d. 22. September 2015 på:  
[http://www.allposters.dk/-st/Mennesker-plakater\\_c19532\\_.htm](http://www.allposters.dk/-st/Mennesker-plakater_c19532_.htm)

Allposters (u.å.) *Musik plakater*. Lokaliseret d. 22. September 2015 på:  
[http://www.allposters.dk/-st/Musik-plakater\\_c122\\_.htm](http://www.allposters.dk/-st/Musik-plakater_c122_.htm)

Allposters (u.å.) *Rejse plakater*. Lokaliseret d. 22. September 2015 på:  
[http://www.allposters.dk/-st/Rejse-plakater\\_c621\\_.htm](http://www.allposters.dk/-st/Rejse-plakater_c621_.htm)

Allposters (u.å.) *Vintagekunst plakater*. Lokaliseret d. 22. September 2015 på:  
[http://www.allposters.dk/-st/Vintagekunst-plakater\\_c2152\\_.htm](http://www.allposters.dk/-st/Vintagekunst-plakater_c2152_.htm)

Allposters (u.å.) *Motiverende plakat plakater*. Lokaliseret d. 22. September 2015 på:  
[http://www.allposters.dk/-st/Motiverende-plakat-plakater\\_c12920\\_.htm](http://www.allposters.dk/-st/Motiverende-plakat-plakater_c12920_.htm)

Andersen, I. (2013). *Den skinbarlige virkelighed - videnproduktion i samfundsvidenskaberne* (5. Udg.). Frederiksberg: Forlaget Samfundslitteratur.

Andersen, I. (2008) *Den skinbarlige virkelighed – videnproduktion inden for samfundsvidenskaberne* (4. Udg.). Frederiksberg: Forlaget Samfundslitteratur.

Baudrillard, J. (1988). *Selected Writings – Edited by Mark Poster*. Cambridge: Polity Press

Baudrillard, J. (2001). *Selected Writings*. Lokaliseret d. 01 september 2015, på:  
[http://www.humanities.uci.edu/mposter/books/Baudrillard,%20Jean%20-%20Selected%20Writings\\_ok.pdf](http://www.humanities.uci.edu/mposter/books/Baudrillard,%20Jean%20-%20Selected%20Writings_ok.pdf)

Bauman, Z. (2006). *Flydende modernitet*. København: Hans Reitzels Forlag.

Belk, R. W. (1990). The Role of Possessions In Constructing and Maintaining A Sense of Past i *Advances in Consumer Research* (Vol. 17, s. 669-676). Utah: Association for Consumer Research.

Berger, P. & Luckmann, T. (1966) *Den samfundsskabte virkelighed*. Viborg: Lindhardt & Ringhof.

Berlingske (2012) *Derfor er vi verdens lykkeligste folk*. Lokaliseret d. 2. Oktober 2015 på:  
<http://www.b.dk/nationalt/derfor-er-vi-verdens-lykkeligste-folk>

Berlingske (2014) *Nyt er yt – genbrug har bidt sig fast*. Lokaliseret d. 2. Oktober 2015 på:  
<http://www.b.dk/personlig-udvikling/nyt-er-yt-genbrug-har-bidt-sig-fast#1>

Berlingske (2014). *Salget af vinylplader eksploderer*. Lokaliseret d. 2. Oktober 2015 på:  
<http://www.business.dk/digital/salget-af-vinylplader-eksploderer>

Boston.com (2015). *Svetlana Boym, a Harvard professor who examined nostalgia and vanished worlds, died in Boston*. Lokaliseret d. 26. september 2015 på:  
<http://www.boston.com/news/local/2015/08/23/svetlana-boym-harvard-professor-who-examined-nostalgia-and-vanished-worlds-died-boston/FTqhLQUGUW9jSd6OANAReL/story.html>

Boym, S. (2001). *The Future of Nostalgia*. New York: Basic Books

Brown, S. (2013). Retro from the get-go: reactionary reflections on marketing's yestermania, i *Journal of Historical Research in Marketing* (Vol. 5 No. 4, s. 522-532). Bingley: Emerald Group Publishing Limited.

Børsen (2014) *Gamle reklamer hitter*. Lokaliseret d. 2. Oktober 2015 på:  
<http://borsen.dk/nyheder/avisen/artikel/11/100528/artikel.html>

Collin, F. (2003). *Konstruktivisme*. Frederiksberg: Samfundslitteratur

Dansk Plakatkunst (u.å). *Kameliadamen*. Lokaliseret d. 22. September 2015 på:  
<http://www.danskplakatkunst.dk/plakater/alle-plakater/kameliadamen>

Dansk Plakatkunst (u.å). *Man kender en Philips*. Lokaliseret d. 22. September 2015 på:  
<http://www.danskplakatkunst.dk/plakater/alle-plakater/man-kender-en-philips>

Dansk Plakatkunst (u.å). *Husmoderens på fem minutter*. Lokaliseret d. 22. September 2015 på:  
<http://www.danskplakatkunst.dk/plakater/alle-plakater/husmoderens-5-minutter>

Etsy (u.å). *Denmark Travel Poster, 1946*. Lokaliseret d. 22. September 2015 på:  
<https://www.etsy.com/dk-en/listing/226471650/denmark-travel-poster-1946-poster-paper>

Hansen, G. D. (1998). *Ironisk og nostalgisk : kulturanalyser af senmoderne sensibiliteter*. Aalborg: Aalborg Universitetsforlag.

Freud, S. (1941a). *Gesammelte Werke VII: Werke aus den Jahren 1906-1909*. (s. 459). Frankfurt: S. Fischer Verlag

Freud, S. (1941b). Der Dichter und das Phantasieren. I Johansen, J. D. (1977). *Psykoanalyse, litteratur, tekstteori 1*. Holstebro: Borgen/Basis.

Freud, S. (1945), *Gesammelte Werke II/III: Die Traumdeutung / Über den Traum*. (s. 554). Frankfurt: S. Fischer Verlag



Gadamer, H. G. (2007). *Sandhed og Metode – grundtræk af en filosofisk hermeneutik* (2. Udg.) (s. 177-292). København: Hans Reitzels Forlag

Giddens, A. (1996). *Modernitet og selvidentitet*. København: Hans Reitzels Forlag

Halkier, B. (2008). *Fokusgrupper*. Frederiksberg: Samfundslitteratur

Hansen, P. N. & Qvist, P. (2009). *Samfundslex*. København: Gyldendal.

Hjarvard, S. (1997) Forholdet mellem kvantitative og kvalitative metoder i medieforskning i *Norsk medietidsskrift*. Oslo: Idunn Universitetsforlaget.

Holak, S. L. & Havlena, W. J. (1998). Feelings, Fantasies, and Memories: An Examination of the Emotional Components of Nostalgia i *Journal of Business Research* (Vol. 42, s. 217–226). New York: Elsevier Science Inc.

Holbrook, M. B. & Schindler, R. M., (2003). Nostalgic bonding: Exploring the role of nostalgia in the consumption experience i *Journal of Consumer Behaviour* (Vol. 3, 2, s. 107–127). London: Henry Stewart Publication

Holbrook, M. B. & Schindler, R. M. (1991). Echoes of the Dear Departed Past: Some Work in Progress on Nostalgia i *Advances in Consumer Research* (Vol. 18, s. 330-333). Utah: Association for Consumer Research

Holm, A. B. (2011). *Videnskab i virkeligheden – en grundbog i videnskabsteori*. Frederiksberg: Samfundslitteratur.

Information (2013). *Frem til fortiden*. Lokaliseret d. 2. Oktober 2015 på:  
<http://www.information.dk/456644>

Information (2006). *Med mit spelt, mit selv og min solsort*. Lokaliseret d. 2. Oktober på:

<http://www.information.dk/123623>

Kristensen, C. J. (2007). Interview med enkeltpersoner. I L. Fuglsang, P. Hagedorn- Rasmussen & P. Bitsch Olsen (Eds.), *Teknikker i samfundsvidenskaberne*. Frederiksberg: Roskilde Universitetsforlag.

Kommunikationsforum (2006). *Hjemfalden*. Lokaliseret d. 2. Oktober på:  
<http://www.kommunikationsforum.dk/artikler/hjemfalden>

Kvale, S. (1997). *Interview – En introduktion til det kvalitative forskningsinterview*. København: Hans Reitzels Forlag.

Kvale, S. (2009). *Interview – introduktion til et håndværk*. København: Gyldendal akademisk

Lasaleta, J. D., Sedikides, C. & Vohs, K. D. (2014). *Nostalgia Weakens the Desire for Money*. Chicago: Journal of consumer research inc.

Loveland, K. E., Smeesters D., & Mandel, N., (2010). Still preoccupied with 1995: The Need to Belong and Preference for Nostalgic Products i *Journal of Consumer Research* (Vol. 37, s. 393-405). Chicago: Journal of Consumer Research Inc.

McCracken, G. D. (1988). *Culture and consumption: New Approaches to the Symbolic Character og Consumer Goods and Activities*. Bloomington: Indiana University Press

Nygaard, C. (red) (2012). *Samfundsvidenskabelige analysemetoder* (2. Udg.) Frederiksberg: Samfundslitteratur.

Olsen, P., B., & Fuglsang, L. (2012). Videnskabsteori i samfundsvidenskaberne – på tværs af fagkulturer og paradigmer (2. Udg., 5. Opl.). Frederiksberg: Roskilde Universitetsforlag.

Politiken (2014). *Brugte boligting hitter, men vi gider ikke gamle bøger*. Lokaliseret d. 2. Oktober 2015 på:

<http://politiken.dk/forbrugogliv/boligogdesign/hjemmet/ECE2379057/brugte-boligting-hitter---men-vi-gider-ikke-gamle-boeger/>

Syddansk Universitet (u.å.). *Søren Askegaard*. Lokaliseret d. 27. september 2015 på:  
<http://findresearcher.sdu.dk/portal/da/person/aske>

Videnskab dk (2012). *Derfor er 50'erne kommet på retro-mode*. Lokaliseret d. 2. Oktober 2015 på: <http://videnskab.dk/kultur-samfund/derfor-er-50erne-kommet-pa-retro-mode>

Zhou, L., Wang, T., Zhang, Q. & Mou, Y. (2013). Consumer insecurity and preference for nostalgic products: Evidence from China i *Journal of Business Research* (Vol. 66, s. 2406–2411) Beijing: Elsevier Science Inc.

## **8. Bilag**

(Se næste side.)

## **Oversigt over bilag**

**Bilag 1** – Ford Trend rapport

**Bilag 2** – Interviewguide

**Bilag 3** – Artikel, Consumer insecurity and preference for nostalgic products: Evidence from China af Ling Zhou, Tao Wang, Qin Zhang & Yupeng Mou

**Bilag 4** – Transskribering af interview med Britta Timm Knudsen

**Bilag 5** – Transskribering af interview med Søren Askegaard

**Bilag 6** – Transskribering af interview med Simon

**Bilag 7** – Transskribering af interview med Thandi

LOOKING  
FURTHER  
WITH FORD

2014  
TRENDS





# LOOKING FURTHER WITH FORD 2014 TRENDS

While the world may seem stagnated by gridlocked governments and economic uncertainty, the truth is that we live in an era of constant change. Across the globe, citizens and brands are stepping up to make things happen through innovation, collaboration and perseverance. In 2014, Ford will launch close to 20 new products worldwide, a marvel given that it once took five years to bring a new product to market, but now takes only 36 months. This accelerated pace is part of a broader sustained explosion in technology and innovation worldwide.

Notably, this new era of rapid change demands a corresponding mindfulness of the precious resources we too often take for granted: our time, our health, our population and our planet. Out of a world of hyper-stimulation, a culture of reflection is emerging, driving us to reexamine what matters most.

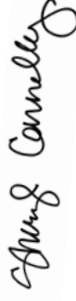
The second edition of Ford's annual publication on micro trends, *Looking Further with Ford*, examines the drivers of change and the complex response of consumers worldwide.

The marketplace is inundated with disruptive technology, such that even dramatic innovations are now viewed as commonplace. At the same time, consumers are increasingly drawn to

the way things were, driving demand for nostalgia-based products and services. As we seek more meaningful connections, the middle-man is being squeezed out of the products and services we buy—and where, when and how we use social media is being reconsidered.

This collection of 10 micro trends reflects our view of the attitudes that will alter consumer dynamics across the globe in 2014 and beyond. Here you will find subtle and not-so-subtle shifts from our 2013 trends, as well as inherent tensions that are emblematic of the connectivity and complexity that make this world spin. As you read this, we hope you will spot your own tensions and find your own spin on each trend.

Here's to being mindful of the changes ahead, and to persevering to make the best of them.  
Enjoy.



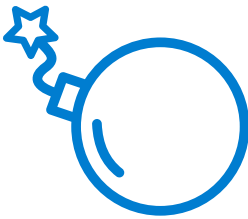
Sheryl Connelly  
Global Consumer Trends and Futuring  
Ford Motor Company



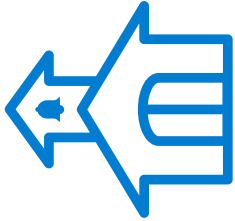
## Bilag 1



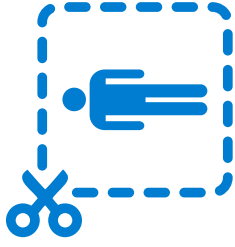
# CONTENTS



INNOVATION'S  
QUIET RIOT  
PG 4



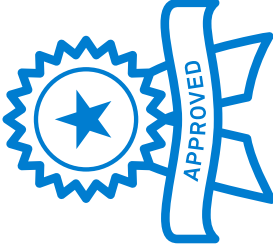
OLD SCHOOL  
PG 8



MEANINGFUL  
VS. THE MIDDLE MAN  
PG 12



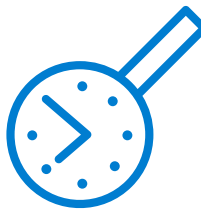
STATUSPHERE  
PG 16



VYING FOR VALIDATION  
PG 20



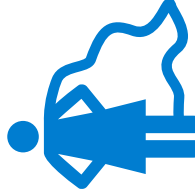
FOMO/JOMO  
PG 24



MICRO-MOMENTS  
PG 28



MYTH OF  
MULTITASKING  
PG 32



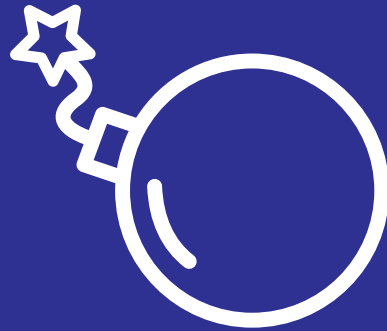
FEMALE  
FRONTIER  
PG 36



SUSTAINABILITY  
BLUES  
PG 40



# INNOVATION'S QUIET RIOT

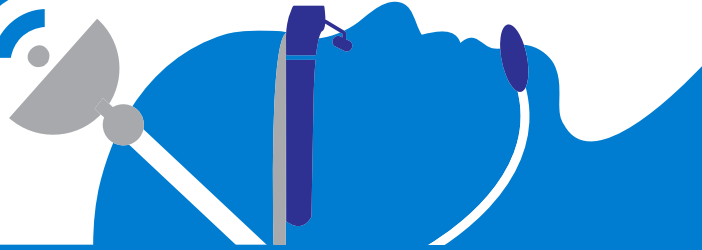


Only on the market for four short years, more than 1.5 million iPads are already being used in schools—proof that where we once marveled over the impossibility of such ideas, now we struggle to recall what life was like before them. Fast-paced and disruptive innovation is becoming increasingly institutionalized and ubiquitous—fundamentally changing the way we work, play and communicate.

The pace is driven in part by new, unconventional funding mechanisms that allow anyone to become an entrepreneur, angel investor or self-proclaimed captain of industry. Furthermore, open sourcing is becoming an established practice, catalyzing advancement by using the brainpower of many to quickly pursue and iterate on ideas. As a result, innovation leapfrogging is not just limited to developing countries—it is happening more and more around the world as breakthrough technologies become more common, and seemingly commonplace.

# 70%

of adults worldwide say the technological leaps we are making today are larger than they were five years ago.



## Unreasonable at Sea

Unreasonable at Sea, a 590-foot ocean liner turned incubator for breakthrough ideas, attracts a melting pot of college students, startup founders and venture capitalists. Spearheaded by Stanford University's Institute of Design and the Unreasonable Institute, the study-abroad program is a 100+ day journey to countries around the world—with unlimited experimentation, ideation and innovation.

# 17,000+

“spotters” worldwide submit innovative startups to Springwise that they've discovered during their experience in industries across the world.



Today the site has more than

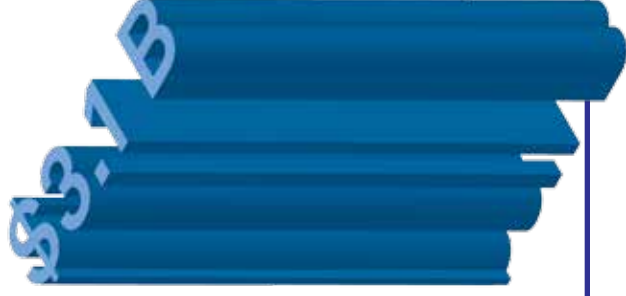
# 5,000

new business ideas that can be browsed by industry.

## 3D Printing

With the ability to create objects in just minutes, 3D printing is a game changer for the manufacturing industry—and it is even pushing the boundaries of science by printing human tissue, with the goal of re-creating organs that can be used for human transplants.

The 3D printing industry is expected to reach \$3.1 billion worldwide by 2016.



## Bilag 1



## Rwanda's kLab

Rwanda's kLab, short for "knowledge Lab," is a startup hub where young Rwandans can bring their business ideas—and receive free Wi-Fi, free workspace and free mentorship from university professors and business leaders. Funded jointly by the Rwanda Private Sector Federation, the Rwanda Development Board and the Japan International Cooperation Agency, kLab has grown in its first year to 85 tenants, including 11 startups that already have services or products on the market.



## Square

One of the world's fastest-growing payment devices, Square can take any iPhone, iPad or Android product and turn it into a credit card reader in minutes. As a result, Square has dismantled a key barrier to commerce, giving opportunistic entrepreneurs the ability to accept credit cards on the spot without a merchant account.



15 BILLION

JOHN SMITH

Square now processes upward of \$15 billion in transactions a year. It was valued at \$3.25 billion in 2012.



The company is already looking ahead to the Square Stand, a platform designed to revolutionize big brick-and-mortar commerce infrastructure.



## Citi Ventures

Citi Ventures is Citi's global corporate venturing arm, providing funding, tools and real-life application opportunities to the industry's most innovative, disruptive and transformative startups. In addition to capitalizing on some of the most futuristic advances in financial services technology, the group focuses on incubating new businesses inside with Citi partners and building capabilities to provide the systems and processes that help to scale innovation and drive culture change.



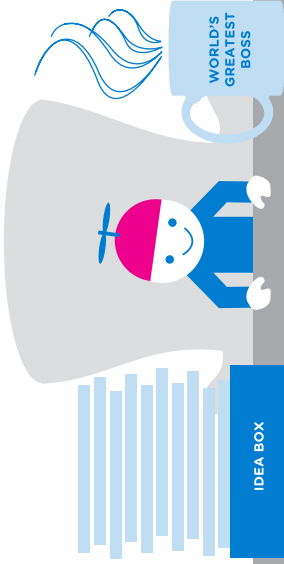
## ResearchGate

A sophisticated “Facebook” for scientists, ResearchGate is an open source networking site for researchers to help each other solve problems. Berlin-based Ijad Madisch, a Harvard-trained virologist, came up with the idea when he was stumped on a project, reached out to his colleagues for help—and promptly got chastised for showing weakness. Recognizing that science needed a global community where work could take precedence over ego, he started ResearchGate, which today has facilitated more than 1.6 million connections between scientists.



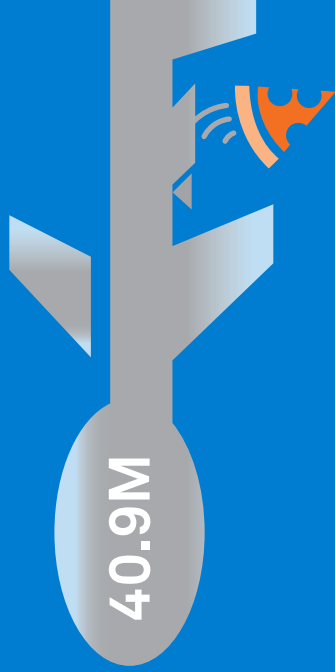
**77%** of U.S. students in grades 5 through 12 said that they want to be their own boss.

**42%** said “yes” when asked if they believed they would invent something that changes the world.

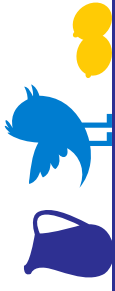


Once seen as the scary province of the military, drones are now pervasive. Venture capitalists in the U.S. poured \$40.9 million into drone-related startups, with the hope that you could one day enjoy drone-delivered pizza.

**40.9M**



**LEMON-AID**

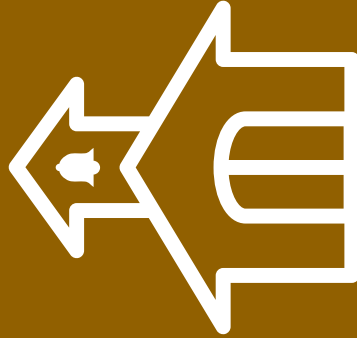


**\$101,320**

## Make a Stand

Among the guests of honor who rang the opening bell at Twitter’s stock market debut was 9-year-old Vivienne Harr, who started a lemonade stand to raise money to end child slavery, with the goal of raising \$100,000. Thanks to a father who led a savvy social media campaign, she hit her mark within six months, donating \$101,320 to the charity Not for Sale.

# OLD SCHOOL



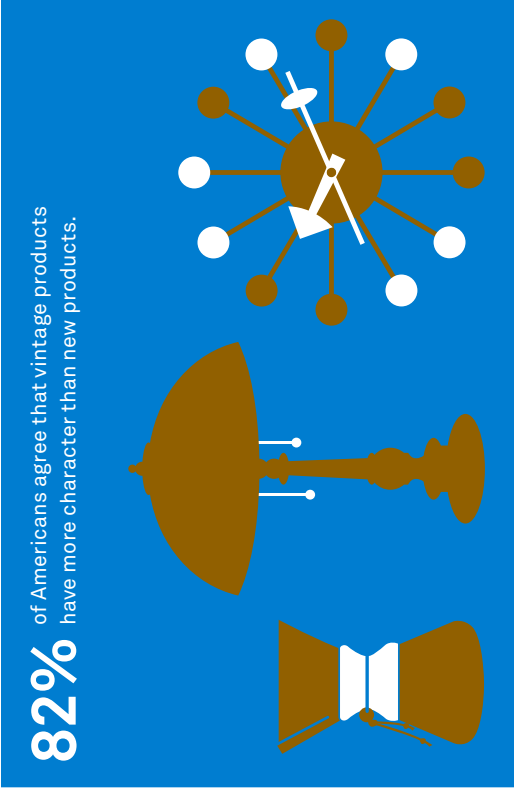
In an age of economics defined by pendulum swings, austerity squeezes and endless finger-pointing, it's easy to look back on an earlier era as the good old days. Romanticizing how things used to be, we find comfort and connection in products, brands and experiences that evoke nostalgia. As a result, heritage brands are taking off, and brands are finding success with nostalgia-based advertising. Likewise, even newer brands can tap the power of nostalgia as we place a new premium on the type of distinctive craftsmanship that existed before globalization flooded us with mass-produced and impersonal goods.



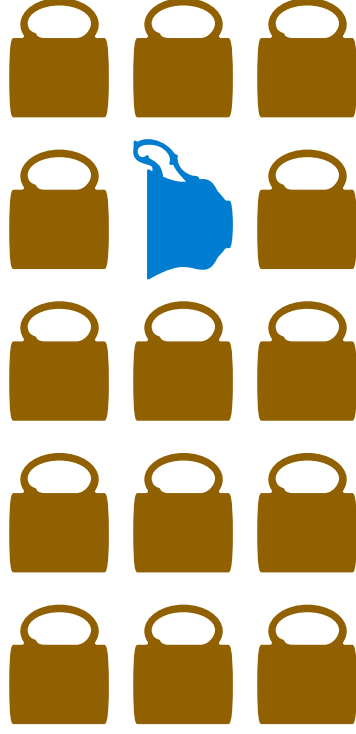


## Hostess and the Twinkie

A staple of American lunchboxes ever since the 1930s, the Hostess Twinkie threatened to disappear last fall as its parent company declared bankruptcy. Despite rising concerns around health and the battle against obesity, the creme-filled spongecake stirred a rally cry among millions of devoted consumers who sought to keep the indomitable Twinkie alive. A private equity firm bought the Hostess company and the Twinkie is back on the shelves—slightly smaller with slightly fewer calories, but no less beloved: Hostess said that sales of its products were seven times greater than historic levels.



**74%** of adults globally say it is difficult to find products that are truly special in today's world.



## GDR Brands

After the fall of the Berlin Wall in 1989, many symbols of the German Democratic Republic disappeared, quickly replaced by Western culture and brands. Today, as Germany fights to remain stable amidst a volatile European Union, a fierce “ostalgie” has emerged, referring to nostalgia for aspects of daily life and culture in the former East Germany, as well as its absence of unemployment and poverty. Ostpaket, a popular retailer in the center of what was once East Berlin, sells a medley of East Germany-era items—the store’s name loosely translates to “care package from the East,” a throwback to a time when West Germans sent “Westpakets,” including clothes, food and other West German products, to friends and relatives behind the wall.

The car has made more than 3,000 screen appearances.

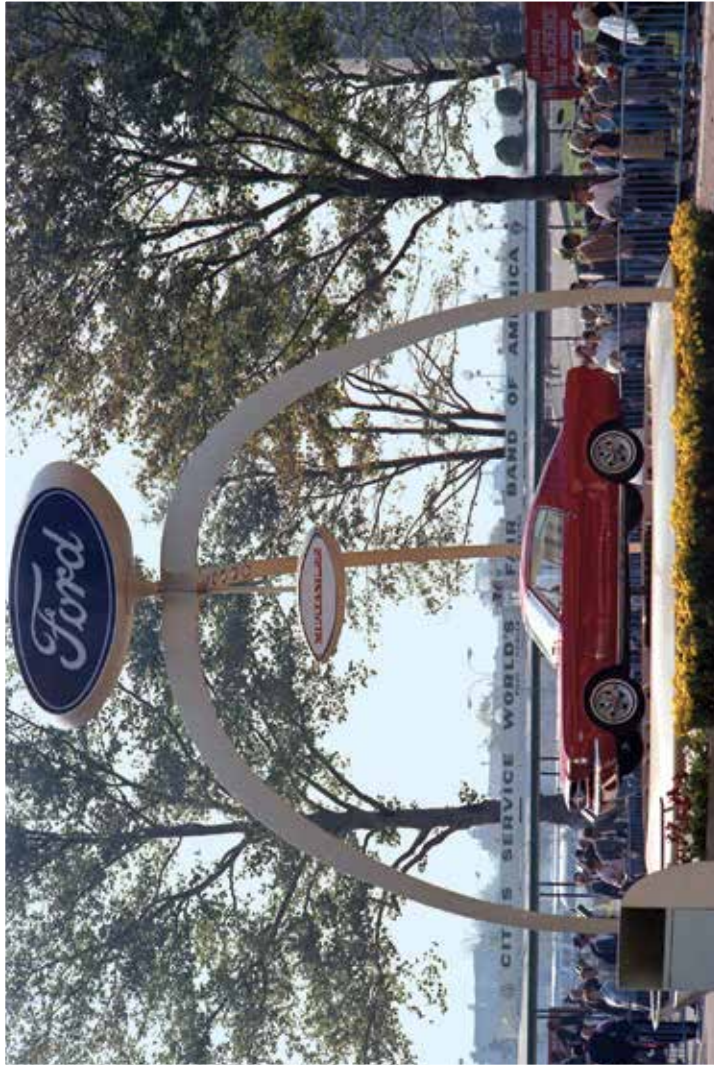
3,000



Dozens of songs have been written, recorded and released about the Mustang.



More than 600 Mustang enthusiast clubs exist across the globe, including the U.S., Canada, Mexico, South America, Europe, Australia and even Iceland.



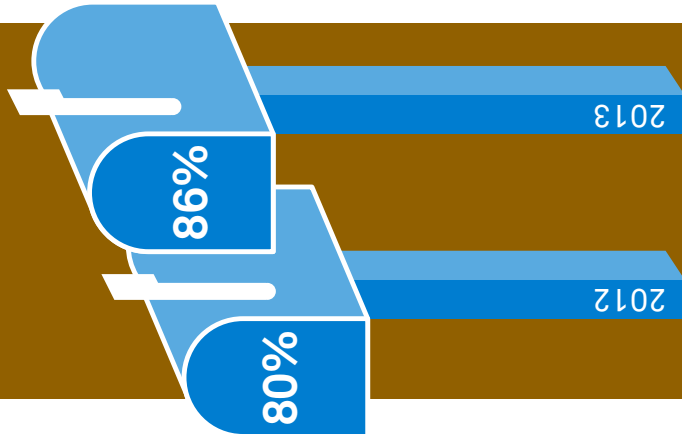
## Mustang at 50

2014 marks the 50th anniversary of Ford's iconic Mustang. With its unique combination of style, performance and affordability, the Mustang made history in 1964 by establishing an entirely new class of sporty cars. Since then, more than 9 million Mustangs have been sold, and today the sports car is the newest member of an exclusive club of vehicles that have been in continuous production for 50 years. From the racetrack to the silver screen to the airwaves to the toy box, the Mustang has become an enduring part of pop culture—and it continues to draw new generations of pony car enthusiasts.





Percentage of U.S. consumers who say they prefer traditional holiday cards through the mail as opposed to cards sent online:



## Flying Pigeon

Workers at the Flying Pigeon company don't see their products as bicycles—they see them as icons. First unveiled in China in 1950 and given as national gifts to presidents and dignitaries, Flying Pigeons are simple, all-steel single-speed bikes—billed as working machines built to last a lifetime. The Chinese government estimates that a half-billion bikes are in use throughout China, many handed down through generations. One of the few nostalgically regarded artifacts of China's post-revolutionary era, in 1994 the government named the Flying Pigeon bicycle a "national key trademark brand under protection."

## Bilag 1

Give a nod to the past in your digital life with #throwbackthursday, a weekly excuse to post a picture of your old school self and reminisce about the good old days...and the not-so-good old haircuts.



# 63 million+

pictures tagged on Instagram with #throwbackthursday or #tbt

#tbt



## **Bilag 2 – Interviewguide**

### **Interview med Britta Timm Knudsen**

#### **1. Information om interviewpersonen**

Som nævnt i specialets *afsnit 3.5.3.1*, er Britta Timm Knudsen lektor ved Aarhus Universitet, forsker i nostalgi, og anvendes jævnligt som ekspert i forskellige medier. Hun er desuden udgivet i over 70 forskellige publikationer.

Britta vurderes at have et indgående kendskab til det postmoderne samfund og nostalgis rolle heri. Forud for interviewet har jeg desuden læst flere af hendes artikler, for at forme spørgsmålene bedst muligt efter hendes viden.

Som lektor vurderes Britta selvfølgelig at kunne forstå de akademiske begreber, som specialet arbejder med.

#### **2. Interview:**

##### **Introduktion til specialets formål:**

*Vi dyrker genbrug, vintage, retro og 'gamle dage' som aldrig før, hvorfor jeg arbejder ud fra en hypotese om, at der kan eksistere en nostalgisk forbruger, hvis smag og købsadfærd (i visse situationer) styres af fortidens kultur, æstetik og materialer. Den nostalgiske forbruger formodes at være yderst betaget af fortidens levevis, og måske endda længes efter et mere bindende bånd til især 50'erne til 90'erne.*

*Hovedobjektivet med specialet er at finde, hvilken rolle nostalgi spiller i den moderne forbrugskultur – Længes nogle forbrugere efter fortiden, og i så fald, hvorfor? Hvad er det man prøver at købe sig til, i købet af fortidens genstande?*

## Det postmoderne samfund

1. Svetlana Boym kalder nostalgien en forsvarsmekanisme mod postmoderniteten og en kompliceret hverdag. Er nostalgien på et naturligt punkt i sin udvikling, eller kan der være tale om en særligt (og forstærket) nostalgisk bølge?
  - a. Hvis ja: Hvad er de primære (nutidige) faktorer, der har spillet ind i forhold til denne udvikling? Har du nogle bud på, hvad der har startet bølgen?
  - b. Hvis ja: Er den stigende nostalgiske tendens en kritik af vores samfund? Hvorledes?
  - c. Hvad længes vi efter i 2015?
  
2. I din artikel, nostalgi og (re)konstruktion, taler du om hvorledes erindringen er blevet særdeles vigtig, som en konsekvens af globale mediers evne til at skabe samtidighed i differentierede rum. 80'erne handlede om den nationale erindring, 90'erne om den private dokumentation og 00'erne knytter det individuelle perspektiv til et geografisk eller mentalt 'sted'. Hvor er vi i 10'erne?

## Forbrug

Den seneste årrække har vi købt genbrug, antikt, vintage, retro og meget andet, i stærkt stigende grad.

1. Kan nostalgi og forbrug (begræbsmæssigt og bogstaveligt) knyttes sammen?
  - a. Kan der være tale om en nostalgisk forbruger?
  - b. Hvordan kommer nostalgien til udtryk i vores forbrug?
  
2. Hvad handler vores fascination af fortidens æstetik og produkter om? (længsel)
  - a. Hvilke værdier repræsenterer de ting vi køber / hvilke behov dækker de?
  - b. Prøver vi at købe os til noget?

3. *Boym taler om den restorative og den refleksive nostalgi. Hvilken type er gældende under forbrugstendensen?*
  - a. *Prøver vi at etablere et idylliseret hjem, sådan som vi forestiller os det engang har været? Drejer forbruget sig om en rekonstruktion af sociale vaner og fysiske rammer? (restorativt)*
  - b. *Eller længes vi med en realistisk distance? Er vi 'blot' fascinerede? (refleksivt)*
  
2. *Er det nostalgiske forbrug (vi her snakker om) en generel tendens, eller kan der være tale om et specifikt / særligt segment?*
  - a. *Hver generation, sin nostalgi?*
  
3. *Har retro-bølgen noget med nostalgi at gøre eller er det blot en trend?*

### **Popkultur og romantisering**

1. *Svetlana Boym taler om popkulturens effekt på nostalgien – hvordan den har været med til at skabe vores nostalgiske forestillinger.*
  - a. *Hvor stor en betydning har popkultur, film, medier og lignende haft for vores nostalgiske adfærd / det vi længes efter?*
  - b. *Hvilket nostalgisk billede har popkulturen (film, billeder, etc.) skabt?*
  - c. *Har fjørnævnte givet os et forskruet billede af fortiden?*
  
2. *Er der en speciel periode/era/årrække vi længes efter?*
  - a. *Hvor idylliseret er vores forestilling om denne tid?*
  
4. *Hvad man er nostalgisk omkring er selvfølgelig individuelt, men kan der være tale om en kollektiv forestilling, som vi længes efter?*
  
5. *Er denne forestilling realistisk eller idylliseret?*

## **Interview med Søren Askegaard**

### **1. Information om interviewpersonen**

Som nævnt i specialets *afsnit 3.5.3.1.* er Søren Askegaard professor ved Institut for Marketing & Management på Syddansk Universitet, hvor han hovedsageligt forsker i forbrugeradfærd og forbrugskultur. Han har været forfatter og medforfatter til adskillige videnskabelige artikler, hvoraf flere også har beskæftiget sig med nostalgi. Søren Askegaard anvendes, med jævne mellemrum, som ekspert i forskellige medier.

Søren vurderes at have et indgående kendskab til det postmoderne samfund, forbrugeradfærd og forbrugskultur. Forud for interviewet har jeg læst flere af hans videnskabelige artikler, hvorfor jeg også ved, at han har beskæftiget sig med nostalgibegrebet i forbrugskulturen. Alt dette har været med i mine overvejelser i udformningen af spørgsmålene.

Som Professor vurderes Søren selvfølgelig at kunne forstå de akademiske begreber, som specialet arbejder med.

### **2. Interview:**

#### **Introduktion til specialets formål:**

*Vi dyrker genbrug, vintage, retro og 'gamle dage' som aldrig før, hvorfor jeg arbejder ud fra en hypotese om, at der eksisterer en nostalgisk forbruger, hvis smag og købsadfærd (i visse situationer) styres af fortidens kultur, æstetik og materialer. Den nostalgiske forbruger formodes at være yderst betaget af fortidens levevis, og måske endda længes efter et mere bindende bånd til især 50'erne til 90'erne.*

*Formålet med specialet, er at finde ud af, hvorvidt der være tale om en nostalgisk forbruger – i forhold til et senmoderne og nostalgisk fokus. Hovedobjektivet er at finde frem til drivkræfterne bag den nutidige fascination af fortiden, og samtidig, hvad det er, vi prøver at købe os til.*

## **Den nostalgiske tendens**

Du har flere gange udtalt dig om en stigende tendens til at købe genbrug, vintage og produkter af ældre dato.

3. *Hvad er de tydeligste markører for denne tendens?*
4. *Hvad har været med til at skabe denne udvikling?*
  - a. *Hvad har været med til at skabe udviklingen i et postmoderne lys?*
  - b. *Hvad er udviklingen et udtryk for? Er den stigende tendens en kritik af vores samfund?*

## **Forbruget**

1. *Er dette forbrug en generel tendens, eller kan der være tale om et bestemt segment?*
  - a. *Alder, køn, etc.*
2. *Kan forbruget knyttes sammen med nostalgi? En længsel efter fortiden...*
  - a. *Kan der være tale om en nostalgisk forbruger?*
  - b. *Hvordan kommer nostalgien til udtryk i vores forbrug?*
4. *Hvad handler vores fascination af fortidens æstetik og produkter om?*
  - a. *Hvilke værdier repræsenterer de ting vi køber / hvilke behov dækker de?*
  - b. *Prøver vi at købe os til noget?*
    - i. *Er det et forsøg på at komme nærmere fortiden?*
  - c. *Eller er det blot en fascination af fortiden?*
    - i. *Eller blot en trend?*
5. *Har forbrugeren et idylliseret billede af fortiden?*
6. *Hvorledes kan dette forbrug tænkes at være en faktor i vores identitetsdannelse?*
7. *Kan der være tale om en nostalgisk forbruger?*

## **Interview med Simon Bohlbro**

### **1. Information om interviewpersonen**

Simon meldte sig selv til interviewet, efter at have set mit opslag på Facebook (jf. figur 13).

Simon har på forhånd udtrykt en præference for gamle vinylplader, og en drøm om at leve i 60'erne eller 70'erne. Simon har desuden fortalt, at ham og hans kæreste har en stor præference for gamle møbler og gamle bøger.

Simon er nyuddannet kandidat fra Aalborg Universitet og vurderes derfor at kunne forstå de akademiske begreber, som specialet arbejder med.

### **2. Interview:**

#### **Introduktion til specialets formål:**

*Vi dyrker genbrug, vintage, retro og 'gamle dage' som aldrig før, hvorfor jeg arbejder ud fra en hypotese om, at der kan eksistere en nostalgisk forbruger, hvis smag og købsadfærd (i visse situationer) styres af fortidens kultur, æstetik og materialer. Den nostalgiske forbruger formodes at være yderst betaget af fortidens levevis, og måske endda længes efter et mere bindende bånd til især 50'erne til 90'erne.*

*Hovedobjektivet med specialet er at finde, hvilken rolle nostalgi spiller i den moderne forbrugskultur – Længes nogle forbrugere efter fortiden, og i så fald, hvorfor? Hvad er det man prøver at købe sig til, i købet af fortidens genstande?*

## **For god ordens skyld...**

*Navn? Alder? Beskæftigelse?*

## **Den moderne forbrugskultur:**

*Hvordan vil du beskrive den moderne verden og den moderne forbrugskultur? (Evt. med 3 ord?*

*Plusser og minusser?)*

- Ser du nogle problematikker ved den moderne verden og den moderne forbrugskultur?
- Hvordan har du det med den moderne livsstil? (der i høj grad er bygget op omkring uddannelse, karriere, forhold, familie, hus, bil og forbrug, og hvor alt handler om fremskridt og udvikling...)
- Hvad tager din energi / bekymrer dig / gør dig usikker i henholdsvis hverdagen og det moderne samfund? Hvordan virker fremtiden for dig (spændende/skræmmende)?

*Er du generelt tilfreds med det moderne liv? Finder du ro i det?*

## **Længslen (nostalgi):**

*Er du nostalgisk? Længes du sommertider efter noget i livet og den moderne verden? Hvad er der for lidt af, hvad kunne du tænke dig mere af? F.eks. relationer, fællesskab, frihed, stress, simpelhed...*

*Nutiden er præget af frihed, man er herre over sin egen skæbne, savner du rammer, at beslutningerne var taget på forhånd? Eller har du det godt med friheden?*

*Hvad dagdrømmer du om, i forhold til livet? Hvordan ser drømmelivet/dagligdagen ud?*

## **Fortiden:**

*Er du betaget/fascineret af fortiden? Hvilke dele (tider)? Hvorfor?*

*Er du ligefrem nostalgisk? Længes du nogle gange efter dele af fortiden?*

*Hvad kan fortiden som nutiden ikke kan?*



*Hvilket billede har du af denne fortid du omtaler (50'erne, 70'erne, etc.)?*

- Hvordan forestiller du dig livet var dengang? Hvorledes var det bedre/dårligere end nutiden? Hvorledes er livet bedre/dårligere nu?
- Tænker du at livet var mere trygt, simpelt og overskueligt dengang?
- Tror du at din forestilling om fortiden er idylliseret?

*Hvor har du din viden om fortiden fra? Hvad har skabt den forestilling du har?*

- Har popkulturen haft nogen betydning for dit syn på fortiden? (film, billeder, tv, musik, reklamer, blade, bøger)

*Identificerer du dig i højere grad med fortiden frem for nutiden? (Dele heraf?)*

*Er du blot betaget af fortiden (refleksiv) eller ville du gerne at nogle ting i den moderne verden var ligesom dengang (restorativ)?*

- Hvilke?
- Ville du hellere have levet i en anden tid?

### **Forbruget:**

*I hvilken forstand køber du fortidens genstande? Hvad køber du eksempelvis?*

*Har du en præference for fortidens genstande/produkter?*

- Hvorfor? Hvorfor er disse produkter mere tiltalende end nutidens eksemplarer?
- Hvilken følelse giver det at købe en LP eller et retro-møbel? Hvad betyder det at have det stående? Hvorfor ikke streame eller købe en cd, eller købe det nye fra Bolia? (er det pris, miljø, atmosfære, giver det tryghed, tilhørsforhold?)
- Hvad opnår du ved købet af fortidens genstande? Tilhørsforhold, sikkerhed, tryghed, ro, historie, varme? Bidrager de til din identitetsfølelse? Viser de hvem du er?

*Får købene dig til at føle dig tættere på fortiden? Forbundet med fortiden?*

*Tænker du på tingenes oprindelse når du køber ældre ting? Den tid de stammer fra? Hvorledes?*

*Hvorfor tror du, at fortiden, vintage, retro og genbrug er så meget oppe i tiden?*

*Køber du genbrug? Hvor stor en del udgør jagten? Prisen?*

## **Interview med Thandi Dyani**

### **1. Information om interviewpersonen**

Thandi meldte sig selv til interviewet, efter at have set mit opslag på Facebook (jf. figur 13).

Thandi har på forhånd udtrykt, at have en stor fascination af fortidens musikkultur, samt en stor interesse for genbrug og retro-møbler. Hun har fortalt at, stort set, hele hendes hjem er indrettet med gamle møbler, og at hun desuden køber mange LP'er fra 60'erne og 70'erne.

Thandi er uddannet akademiker og vurderes derfor at kunne forstå de akademiske begreber, som specialet arbejder i.

### **2. Interview:**

#### **Introduktion til specialets formål:**

*Vi dyrker genbrug, vintage, retro og 'gamle dage' som aldrig før, hvorfor jeg arbejder ud fra en hypotese om, at der kan eksistere en nostalgisk forbruger, hvis smag og købsadfærd (i visse situationer) styres af fortidens kultur, æstetik og materialer. Den nostalgiske forbruger formodes at være yderst betaget af fortidens levevis, og måske endda længes efter et mere bindende bånd til især 50'erne til 90'erne.*

*Hovedobjektivet med specialet er at finde, hvilken rolle nostalgi spiller i den moderne forbrugskultur – Længes nogle forbrugere efter fortiden, og i så fald, hvorfor? Hvad er det man prøver at købe sig til, i købet af fortidens genstande?*

## **For god ordens skyld...**

*Navn? Alder? Beskæftigelse?*

## **Den moderne forbrugskultur:**

*Hvordan vil du beskrive den moderne verden og den moderne forbrugskultur? (Evt. med 3 ord?*

*Plusser og minusser?)*

- Ser du nogle problematikker ved den moderne verden og den moderne forbrugskultur?
- Hvordan har du det med den moderne livsstil? (der i høj grad er bygget op omkring uddannelse, karriere, forhold, familie, hus, bil og forbrug, og hvor alt handler om fremskridt og udvikling...)
- Hvad tager din energi / bekymrer dig / gør dig usikker i henholdsvis hverdagen og det moderne samfund? Hvordan virker fremtiden for dig (spændende/skræmmende)?

*Er du generelt tilfreds med det moderne liv? Finder du ro i det?*

## **Længslen (nostalgi):**

*Er du nostalgisk? Længes du sommertider efter noget i livet og den moderne verden? Hvad er der for lidt af, hvad kunne du tænke dig mere af? F.eks. relationer, fællesskab, frihed, stress, simpelhed...*

*Nutiden er præget af frihed, man er herre over sin egen skæbne, savner du rammer, at beslutningerne var taget på forhånd? Eller har du det godt med friheden?*

*Hvad dagdrømmer du om, i forhold til livet? Hvordan ser drømmelivet/dagligdagen ud?*

## **Fortiden:**

*Er du betaget/fascineret af fortiden? Hvilke dele (tider)? Hvorfor?*

*Er du ligefrem nostalgisk? Længes du nogle gange efter dele af fortiden?*

*Hvad kan fortiden som nutiden ikke kan?*

*Hvilket billede har du af denne fortid du omtaler (50'erne, 70'erne, etc.)?*

- Hvordan forestiller du dig livet var dengang? Hvorledes var det bedre/dårligere end nutiden? Hvorledes er livet bedre/dårligere nu?
- Tænker du at livet var mere trygt, simpelt og overskueligt dengang?
- Tror du at din forestilling om fortiden er idylliseret?

*Hvor har du din viden om fortiden fra? Hvad har skabt den forestilling du har?*

- Har popkulturen haft nogen betydning for dit syn på fortiden? (film, billeder, tv, musik, reklamer, blade, bøger)

*Identificerer du dig i højere grad med fortiden frem for nutiden? (Dele heraf?)*

*Er du blot betaget af fortiden (refleksiv) eller ville du gerne at nogle ting i den moderne verden var ligesom dengang (restorativ)?*

- Hvilke?
- Ville du hellere have levet i en anden tid?

### **Forbruget:**

*I hvilken forstand køber du fortidens genstande? Hvad køber du eksempelvis?*

*Har du en præference for fortidens genstande/produkter?*

- Hvorfor? Hvorfor er disse produkter mere tiltalende end nutidens eksemplarer?
- Hvilken følelse giver det at købe en LP eller et retro-møbel? Hvad betyder det at have det stående? Hvorfor ikke streame eller købe en cd, eller købe det nye fra Bolia? (er det pris, miljø, atmosfære, giver det tryghed, tilhørsforhold?)
- Hvad opnår du ved købet af fortidens genstande? Tilhørsforhold, sikkerhed, tryghed, ro, historie, varme? Bidrager de til din identitetsfølelse? Viser de hvem du er?

*Får købene dig til at føle dig tættere på fortiden? Forbundet med fortiden?*

*Tænker du på tingenes oprindelse når du køber ældre ting? Den tid de stammer fra? Hvorledes?*

*Hvorfor tror du, at fortiden, vintage, retro og genbrug er så meget oppe i tiden?*

*Køber du genbrug? Hvor stor en del udgør jagten? Prisen?*



Contents lists available at ScienceDirect

## Journal of Business Research



# Consumer insecurity and preference for nostalgic products: Evidence from China<sup>☆</sup>

Ling Zhou<sup>a</sup>, Tao Wang<sup>b,\*</sup>, Qin Zhang<sup>c</sup>, Yupeng Mou<sup>b</sup><sup>a</sup> Department of Marketing, School of Business Administration, Hunan University, Changsha, Hunan Province, 410012, China<sup>b</sup> Department of Marketing, School of Economics and Management, Wuhan University, Wuhan, Hubei Province, 430072, China<sup>c</sup> Department of Marketing, Business School, Zhongnan University, Changsha, Hunan Province, 400083, China

## ARTICLE INFO

## Article history:

Received 1 October 2011

Received in revised form 1 December 2012

Accepted 1 March 2013

Available online 13 June 2013

## Keywords:

Nostalgic products

Nostalgia proneness

Insecurity

Nostalgic marketing strategy

## ABSTRACT

This research examines the effects of consumers' insecurity on their preferences for nostalgic products. Using survey data from a sample of 356 Chinese consumers, the analysis shows that existential insecurity and social insecurity enhance consumers' preference for nostalgic products. In addition, the results suggest that marketers can use nostalgic elements to promote sales by relieving consumers' insecurity, through designing nostalgic appearance and creating meaningful stories for products.

© 2013 Elsevier Inc. All rights reserved.

## 1. Introduction

Nostalgic consumption has become a cross-cultural phenomenon (Baker & Kennedy, 1994; Belk, 1990). In this respect, "China Youth Daily" conducted a national survey and reported that, "China has stepped into a fast-spreading era of nostalgia since the Financial Crisis" (Tian, 2008). Recent press articles in the USA have also claimed that nostalgic products, such as retro toys, video games, movie sequels, book adaptations, and resurrected brands, have made a comeback because consumers are searching for an escape in a post-9/11 world (Walker, 2008).

Why do nostalgic products become popular among contemporary consumers? What is the underlying mechanism that drives people to buy nostalgic products? Although prior research has investigated consumers' characteristics, such as age, education, and family lifestyle, that motivate consumers to consume traditional brands, not much research has explored consumers' psychology that evokes their preference for nostalgic products. For example, Davis (1979) postulates that nostalgia usually occurs in the context of fear, discontent, anxiety, and uncertainty, and it aims at alleviating negative feelings. Hirsch (1992) suggests that the more dissatisfied consumers are with their current life, the more they want to revert to nostalgic products. Especially in times of anxiety (such as economic recessions), reviving feelings about the past through

consuming nostalgic products will soothe consumers' nerves (Elliott, 2009). Thus, consumers' insecurity, which is a generalized sense of uncertainty, vulnerability and fear, may result in consumer preference for nostalgic products.

This study seeks to investigate the role that consumer insecurity plays in motivating nostalgic consumption. The conceptualization of the relationship between insecurity and preference for nostalgic products draws largely on Freud's psychology defense theory. When in distress or anxiety, individuals will ease their pain and anxiety through compensation, and thus, they are more likely to buy nostalgic products that provide them with a sense of order and security (Hart, Shaver, & Goldenberg, 2005). As such, the phenomenon of nostalgia has become popular not only in China since the latest financial crisis, but also in the USA after 9/11.

This article contributes to the literature in several ways. First, consumers will experience an increased preference for nostalgic products when their insecurity arises in various ways. Second, this study examines behavioral preferences for nostalgic products as a dependent variable. Prior research has mostly considered individual differences in nostalgia proneness (Batcho, 1998; Holbrook & Schindler, 1994; Muehling & Sprott, 2004). Finally, the results show that nostalgic strategies have moderating effects on consumers' choice of nostalgic products.

## 2. Theoretical background and hypotheses

## 2.1. Nostalgia and nostalgic products

Holbrook and Schindler (2003) define nostalgia as a preference (general liking, positive attitude, or favorable affect) towards objects (people, places, or things) that were more common in their earlier

<sup>☆</sup> The authors acknowledge the financial support provided by: National Natural Science Foundation Grant (China) (Project #: 71272226; 70972092); Hunan Provincial Natural Science Foundation of China; (Project #: 13JJ4035); and The Post-70s Scholars Academic Development Program of Wuhan University (China).

\* Corresponding author at: Department of Marketing, School of Economics and Management, Wuhan University, Wuhan, Hubei Province 430072, China. Tel.: +86 1380 7168 884.

E-mail address: wangtao@whu.edu.cn (T. Wang).

days. Thus, nostalgic products in this study pertain to products that contain nostalgic elements that prevailed when one was younger (e.g., in his/her early adulthood or childhood).

Nostalgia often generates positive consumer responses about the past (Davis, 1979; Wildschut, Sedikides, Arndt, & Routledge, 2006) and hence it will have positive affects on consumers' preferences for traditional products and services (Braun-LaTour & Zinkhan, 2007; Holak, Matveev, & Havlena, 2008). However, few studies have investigated the psychological antecedents of nostalgia. As many have noted, nostalgia usually occurs in the context of fear, discontent, dissatisfaction, anxiety and uncertainty (e.g., Davis, 1979; Hirsch, 1992). Especially in times of anxiety, reviving feelings about the past through consuming nostalgic products would soothe consumers' nerves (Elliott, 2009). This study focuses on examining the link between consumer insecurity and their preference for nostalgic products in a Chinese context.

## 2.2. Insecurity

Insecurity is a generalized sense of uncertainty, vulnerability, and fear. A sense of insecurity has been a common element in the psychology of many consumers today (Rindfleisch, Burroughs, & Wong, 2009), and it comes in many ways and forms a popular metanarrative within the contemporary mass media that shapes consumer persuasion (Glassner, 1999). In a modern society, in parallel with the waning influence of traditional sources of security such as family and religion, is the rise of products that serve as security providers (Rindfleisch et al., 2009). For example, a growing body of research has shown that insecurity is one of the main reasons for consumer materialism (Chang & Arkin, 2002; Chaplin & Deborah, 2007; Mandel & Smeesters, 2008).

Over the past decade, marketing researchers have linked consumer behavior to several forms of insecurity. Following Rindfleisch et al.'s (2009) work, this study categorizes consumer insecurity into 4 main types: (1) existential insecurity which refers to one's fear of mortality (Cameron & McCormick, 1954), such as traffic accidents, fires, earthquakes, and war; (2) personal insecurity which leads to one's lower self-esteem (Chaplin & Deborah, 2007) and higher self-doubt (Chang & Arkin, 2002); (3) social insecurity which refers to one's social anxiety about public performance (Schroeder & Dugal, 1995); and (4) developmental insecurity which refers to one's sense of isolation, lack of social support or the inability to have close contact with others (Wildschut et al., 2006).

## 2.3. Insecurity and nostalgic consumption

Research on terror management theory (TMT), social exclusions and brand connections have suggested that consumers may aim to alleviate insecurity by seeking comfort through former familiar products (Hart et al., 2005; Rindfleisch et al., 2009). These products serve as a means of enhancing security (Holt, 2002; O'Guinn & Muniz, 2005) and providing people with a sense of order (Hart et al., 2005).

Nostalgic products, which are a type of product that provides comfort to consumers, can help consumers cope with insecurity. Nostalgic products help create a tangible link to the past by providing a point of focus for positive nostalgic thoughts (Loveland, Smeesters, & Mandel, 2010). Particularly in a crisis or dramatic social change, nostalgia can act as an inner sanctuary and supply people with comfort, warmth and pleasure (Brown, Kozinets, & Sherry, 2003). Aiming to soothe their fear of mortality (i.e. existential insecurity), consumers would turn to nostalgic products for a sense of meaning of their existence (Hart et al., 2005; Liu & Smeesters, 2010; Rindfleisch et al., 2009). Because nostalgic products have positive influence, they can help consumers cope with personal insecurity by recalling past triumphs to get a sense of control of their life (Wildschut et al., 2006). Likewise, consumers with a feeling of social isolation (i.e. social insecurity) may choose to consume nostalgic products to gain social support (Loveland et al., 2010). Finally, consumers who lack close interactions with others (i.e. developmental

insecurity) would draw help from nostalgic goods to feature the self as a protagonist (Wildschut et al., 2006). Formally

**H1.** The consumers' (a) existential insecurity, (b) personal insecurity, (c) social insecurity, and (d) developmental insecurity positively influence their preference for nostalgic products.

## 2.4. Nostalgia as security provider

Nostalgia is a self-protection and self-enhancement mechanism that serves four specific psychological functions. First, prior work on existential insecurity reveals that nostalgic reverie provides a reservoir of meaningful life experiences that help cope with existential concerns (Routledge, Arndt, Sedikides, & Wildschut, 2008; Sedikides, Wildschut, & Baden, 2004). Second, nostalgia alleviates personal insecurity. Nostalgia may be effective in this regard because it can bestow an endearing luster on the self and cast "marginal, fugitive, and eccentric facets of earlier selves in a positive light" (Davis, 1979, pp. 41–46). Wildschut et al. (2006)'s experiments find that participants who bring to mind and write about a nostalgic experience report higher self-esteem than the control group participants. Third, nostalgia strengthens social bonds. There is compelling evidence that positive emotions of warmth, joy, gratitude, affection, and innocence tend to associate in nostalgic experience (Holak & Havlena, 1998). Engaging in nostalgia can increase one's perceived level of social support (Zhou, Sedikides, Wildschut, & Gao, 2008); thus, it contributes to a sense of safety for maintaining symbolic ties and social status (Wildschut et al., 2006). Fourth, nostalgia helps individuals cope with developmental insecurity (Zhou et al., 2008), such as loneliness. An individual in a nostalgic state would demonstrate a more secure adult attachment style, as well as greater connectedness when initiating interpersonal relationships (Wildschut et al., 2006).

The higher the level of insecurity that consumers experience in their current life, the more likely they revert to the past (Baker & Kennedy, 1994). Consequently, as environment instability increases, people tend to look for security and emotional support in the past (Stern, 1992), and therefore their nostalgic feelings would increase. Formally

**H2.** The consumers' (a) existential insecurity, (b) personal insecurity, (c) social insecurity, and (d) developmental insecurity positively influence nostalgia proneness.

In other words, to alleviate the pressure of survival, personal insecurity, social pressure, and developmental insecurity, consumers in unstable environments will increasingly turn to the past for emotional support and comfort (Brown et al., 2003). Such nostalgic proneness motivates consumers to purchase nostalgic products that provide consumers with a sense of security (Schindler & Holbrook, 2003; Sierra & McQuitty, 2007).

**H3.** The consumers' nostalgia proneness mediates the relationship between consumers' preference for nostalgic products and consumers' (a) existential insecurity, (b) personal insecurity, (c) social insecurity, and (d) developmental insecurity.

## 2.5. Nostalgic strategies and nostalgic consumption

Zimmer, Little, and Griffiths (1999) suggest that there are two types of branding strategies for companies using nostalgic elements. The first is to encourage new products to adopt old images (e.g., product designs) to captivate consumers' nostalgic feelings and memories, such as the "Beetle". The other is fictional historical branding strategy, which suggests that companies use fictional historical branding strategy to make up backgrounds or traditions (stories), such as Jack Daniel's 1866 beer. In addition, as consumers often relate high quality products to production processes (Schindler & Holbrook, 2003), products with antiquated manufacturing techniques or processes can often stimulate purchase intention (Brown et al., 2003).

Therefore, companies' nostalgic strategies may induce consumers' yearning for the past and hence the preference for nostalgic products by adopting nostalgic product appearances, using nostalgic manufacturing techniques, or communicating nostalgic narratives. These three strategies may differ in terms of their effects on persuading consumers to consume nostalgic products. For example, Zimmer et al.'s (1999) work shows that consumers higher in nostalgia proneness would appreciate a fictional historical branding strategy more than those lower in nostalgia proneness.

**H4.** Nostalgic strategy moderates the relationship between consumers' nostalgia proneness and preference for nostalgic products.

### 3. Method

#### 3.1. Data collection

This study selected 5 Chinese nostalgic products (e.g. Bai Queling, Hai Ou, Feng Hua, Hui Li and Giordano) from the survey report in the "China Youth Daily" (Tian, 2008). Then, a random sample of 500 Chinese consumers was drawn who were familiar with these 5 traditional Chinese brands and agreed to participate in the survey study. After deleting incomplete questionnaires, 356 usable responses were retained. The majority of the respondents were in the 20–40 year old group (85%) with 9% younger and 6% older than this range, and the gender balance was reasonable (females 56% versus males 44%). The education level and average income both displayed a relatively normal distribution. Finally, by comparing the age and gender of the respondents to those of the original sample, this study examined the non-response bias and found no significant difference between the respondents and the non-respondents.

#### 3.2. Measures

Construction of the survey instruments began with a careful review of the extant literature aiming to identify relevant measures for the key constructs. A parallel translation technique was utilized to ensure conceptual equivalence between the English and Chinese versions of the questionnaire (e.g. Hoskisson, Eden, Lau, & Wright, 2000).

##### 3.2.1. Insecurity

The Fear of One's Own Death subscale (6 items) from Wittkowski's (2001) Multidimensional Orientation towards Dying and Death Inventory was used to measure existential insecurity. A 3-item scale from Oleson, Poehlmann, Yost, Lynch, and Arkin's (2000) Self-Doubt Scale was adapted to measure personal insecurity. Also, an adapted 3-item scale from Fenigstein, Sheier, and Buss's (1975) Public Self-Consciousness scale measured social insecurity. Finally, a 4-item scale from the Adult Attachment Scale (Collins & Read, 1990) was adapted to measure developmental insecurity.

##### 3.2.2. Nostalgia proneness

Holbrook's (1993) Nostalgia Scale (8 items) is one of the most widely employed measures of nostalgia proneness. Considering the cultural differences on the triggers and contents of nostalgia, this study conducted a pre-test and adapted Holbrook's (1993) Nostalgia Scale to 6 items in a Chinese context.

##### 3.2.3. Preferences for nostalgic products

The nostalgia literature suggests that nostalgic meanings generated from objects tend to be of a very private nature (Holak & Havlena, 1992) and the objects and situations that evoke feelings of nostalgia typically differ (Batcho, 1998). Highly nostalgic consumers may be unresponsive to mass-marketed nostalgic appeals for products rich in luxury or status symbolism (Havlena & Holak, 1991). Therefore, instead of using a specific nostalgic product, this study selected 5 ordinary products from

the national survey report of the "China Youth Daily" (Tian, 2008) as nostalgic products to assess consumers' preference.

##### 3.2.4. Nostalgic strategy

Following Zimmer et al.'s (1999) definition of nostalgic strategies, this study used descriptions and pictures to construct the scenarios of nostalgic strategies. When self-reporting their purchase intention to given nostalgic products, participants in the nostalgic appearances strategy were only shown the pictures of nostalgically designed products, while those in the nostalgic narratives strategy just read descriptions which tell the historical stories of the nostalgic products. Following Schindler and Holbrook's (2003) definition of nostalgic technique strategy, this study asked participants in the condition of nostalgic techniques strategy to read descriptions which introduce the products' antiquated manufacturing techniques or processes. Then, participants were randomly assigned to one of the three manipulated conditions. In all of the conditions, the products that were provided to the participants were the same.

##### 3.2.5. Control variable

This study asked respondents to report their gender, age, education background and income, because all of these demographic indicants have been associated with nostalgic consumption in prior studies. Davis's (1979) research shows that men tended to be more nostalgia prone than women. However, Schely-Newman (2001) indicates that there are no differences in "nostalgia proneness" between the genders. Reisenwitz, Iyer, and Cutler's (2004) research suggests that purchase intention to nostalgic products is positively related to age, while other researchers (e.g. Goulding, 2002; Holak & Havlena, 1992; Holbrook & Schindler, 1996) find that people of different age groups are all able to experience nostalgic feelings.

## 4. Analysis and results

### 4.1. Measure validation

This study attempts to understand the relationships between consumer insecurity, nostalgia proneness and preference for nostalgic products. Table 1 displays the means, standard deviations, and correlations of all the variables. The items, factor loadings, and composite reliabilities for all of the multi-item scales appear in Appendix A.

Confirmatory factor analysis (CFA) using AMOS 7.0 assessed the measurement properties of the constructs. The measurement model demonstrates reasonable levels of fit ( $\chi^2(89) = 2.41$ , NFI = .93, RFI = .91, CFI = .96, GFI = .93, AGFI = .89, RMSEA = .06). In addition, all of the constructs demonstrate sufficient reliability and all items display significant loadings on their corresponding latent constructs (see Appendix A). Also, the results revealed that the squared correlations between these pairs of constructs did not exceed the average variance extracted for any single latent construct (all AVEs > .5), indicating discriminant validity (Anderson & Gerbing, 1988).

### 4.2. Hypothesis tests

#### 4.2.1. Influence of insecurity on nostalgia proneness

Models 1 and 2 in Table 2 show the results of regression analyses of the effects of consumer insecurity on nostalgia proneness. Model 1 is the base model that includes the control variables' effects on nostalgia proneness. Model 2 shows the relationship between consumer insecurity and nostalgia proneness. It is significant at the  $p < 0.001$  level ( $R^2 = .42$ ) and explains an additional 25.0% of variance over what the control variables alone explain. Coefficients of all 4 types of consumer insecurity are positive and significant for nostalgia proneness ( $p < .01$ ,  $p < .05$ ,  $p < .001$ ,  $p < .001$ , respectively). Accordingly, the results support H2, which states that consumers' insecurity relates positively to nostalgia proneness.

**Table 1**  
Means, standard deviations, and correlations.

Variables	Mean	S.D.	1	2	3	4	5	6
1. Existential insecurity	2.4	.86	1					
2. Personal insecurity	2.9	.77	.15	1				
3. Social insecurity	3.8	.67	.09	.14	1			
4. Developmental insecurity	3.2	.72	.18	.33	.40	1		
5. Nostalgia proneness	3.8	.59	.23	.27	.46	.40	1	
6. Preference for nostalgic products	3.0	1.27	.16	.11	.21	.16	.28	1

n = 356 (two-tailed test). Correlations with absolute value greater than 0.1 are significant at p < .01.

4.2.2. Influence of insecurity on preference for nostalgic products

Model 3 and Model 4 in Table 2 present the results of regression analysis regarding the effects of consumer insecurity on preference for nostalgic products. Model 3 is the base model that includes the control variables' effects on preference for nostalgic products. Model 4 captures the direct effects of consumer insecurity on preference for nostalgic products. It is significant at the p < .001 level (R<sup>2</sup> = .07) and explains an additional 4.0% of variance over what the control variables alone explain. Coefficients of existential insecurity and social insecurity are positive and significant for preference for nostalgic products (p < .01, p < .05, respectively), while those of personal insecurity and developmental insecurity are positive but not significant. Accordingly, the results support H1a and H1c, which state that consumers' existential insecurity and social insecurity relate positively to preference for nostalgic products.

4.2.3. Mediating effect of nostalgia proneness

This study followed Baron and Kenny's (1986) procedure to analyze the mediating effect of nostalgia proneness between insecurity and preference for nostalgic products. The first step was to examine the relationship between independent variables and the dependent variable. As Model 4 in Table 2 shows, existential insecurity and social insecurity have significantly positive effects on preference for nostalgic products. The second step was to examine the relationship between the mediator and the dependent variable. The positive and significant coefficient of nostalgia proneness (p < .001) for preference for nostalgic

products suggests that consumers would prefer nostalgic products more when they have higher yearning for the past. The third step was to include the independent and mediator variable in the models to examine whether the mediator reduces the effects of antecedents to non-significance. Model 6 in Table 2 is significant at the p < .001 level (R<sup>2</sup> = .09) and explains an additional 4.0% of variance over Model 5. As Model 6 shows, nostalgia proneness significantly reduces the effects of existential insecurity and social insecurity on the dependent variable, both of which become non-significant. The findings support the mediation effects as stated in H3a and H3c.

4.2.4. Moderating effect of nostalgic strategy

The Chow test (Chow, 1960), which is a test of equality between coefficients in several identical models based on different sets of data (Anderson & Zeithaml, 1984), assessed whether significant differences exist in the nostalgic strategies' influence on consumers' preference for nostalgic products (e.g. Grayson & Ambler, 1999; Swait & Louviere, 1993). First, regression models 7–9 (see Table 3) were established to reveal the relationships between nostalgia proneness and consumers' preference for nostalgic products, respectively under the condition of products employing nostalgic product appearance strategy, nostalgic manufacturing technique strategy, and nostalgic narrative strategy. Next, the Chow test was conducted to compare regression equations for the 3 types of nostalgic strategies. A high F value (F = 4.67, p < 0.05) reflects a significant difference between the regression equations of nostalgic appearance strategy, nostalgic technique strategy, and nostalgic narrative strategy, and therefore supports the moderating effect as stated in H4. Specifically, compared to the condition of adopting nostalgic technique strategy, the relationship between nostalgia proneness and preference for nostalgic products is more significant in the condition of either adopting nostalgic appearances or narrative strategy, suggesting that the nostalgic appearance strategy and nostalgic narrative strategy would more likely reinforce the impact of nostalgia proneness on consumers' nostalgia consumption than nostalgic technique strategy.

5. Discussion and conclusions

5.1. Theoretical implications

This study examines the relationship between consumer insecurity and nostalgic consumption in a Chinese context. The findings of the

**Table 2**  
Results of regression analyses of preference for nostalgic products.

Variable	Nostalgia proneness		Preference for nostalgic products			
	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4	Model 5	Model 6
<i>Control variables</i>						
Gender	.12*	.08	.04	.03	.01	.02
Age	.43**	.35**	.17**	.13*	.05	.06
Income	-.03	.01	-.09	-.08	-.08	-.08
Education	-.04	.02	-.08	-.05	-.07	-.05
<i>Consumer insecurity</i>						
Existential insecurity		.13**		.12*		.10
Personal insecurity		.10*		.03		.01
Social insecurity		.31***		.16**		.11
Developmental insecurity		.22***		.04		.01
Nostalgia proneness					.27***	.19**
R <sup>2</sup>	.17	.42	.03	.07	.05	.09
F	18.56***	32.62***	2.89**	4.22***	4.04***	4.72***

n = 356 (two-tailed test). Standardized coefficients are reported.

\* p < .05.  
\*\* p < .01.  
\*\*\* p < .001.

**Table 3**  
Testing the moderating effect of nostalgia strategy.<sup>a</sup>

Variable	Preference for nostalgic products			F (Chow test)
	Model 7 (Appearances)	Model 8 (Techniques)	Model 9 (Narratives)	
<i>Control variables</i>				
Gender	.05	.04	.01	
Age	.09	.14*	.08**	
Income	-.09	-.06	-.05	
Education	-.03	-.03	-.03	
<i>Consumer insecurity</i>				
Existential insecurity	.07	.03	.04	
Personal insecurity	.03	.02	.02	
Social insecurity	.08	.12	.10	
Developmental insecurity	.05	-.04	.06	
Nostalgia proneness	.19*	.12	.27**	
R <sup>2</sup>	.16	.09	.19	
F	4.80***	2.62*	6.26***	4.67**

\* p < .05.  
\*\* p < .01.  
\*\*\* p < .001.

<sup>a</sup> Moderation is supported if the regression model for one kind of the nostalgic strategies is significantly different than the other two (Chow test).



study shed light on several unresolved issues in consumer nostalgia research. First, this study views nostalgic consumption as a general cultural phenomenon (Baker & Kennedy, 1994; Belk, 1990) and explores its psychological mechanisms. Specifically, it finds that consumer insecurity is an antecedent of an upsurge in nostalgic consumption. Consumers prefer nostalgic products in a variety of situations in which they feel insecure.

Second, this study differs from prior research which suggests that nostalgia only functions to fill the existential gap in the face of imminent threat (e.g., Routledge et al., 2008; Wildschut et al., 2006). Our findings suggest that individuals consume nostalgic products not only when they feel the treat of death, but also when they encounter increased pressures on social performance. However, personal insecurity and developmental insecurity cannot significantly increase consumers' desire for nostalgic products. There are some possible explanations for this. Instead of reaping security and solace from nostalgic products, consumers may prefer to consume up-market products (especially luxury brands) to smoothen their personal insecurity (Kasser & Sheldon, 2000; Mandel & Smeesters, 2008). Facing developmental insecurity, consumers may form stronger brand connections with more familiar brands (but not nostalgic products) to compensate for the lack of interpersonal relationships in the real world (Schouten & McAlexander, 1995).

Third, most of the prior research has investigated the triggers of nostalgic feelings (Holbrook, 1993; Wildschut et al., 2006) and focused on investigating consumer nostalgic emotion. This study examines consumer behavioral preference for nostalgic products as a dependent variable. It investigates the moderating effects of different nostalgic strategies' on consumers' preference for nostalgic products, and finds that companies can promote sales by adopting nostalgic product appearances and telling meaningful nostalgic stories.

Limitations to this study include the fact that it primarily chose 5 products from the China Youth Daily's survey report to measure the preference for nostalgic products. Some of the products were associated with consumers' childhood consumption experiences, but some had been popular in a past that predates the informant's own existence. Future research might address what circumstances increase preference for nostalgic products that reference one's childhood versus one's adolescence, early adulthood, or middle age, or even a past that predates one's own existence.

### 5.2. Managerial implications

This study offers some practical applications to marketing managers. First, the findings imply that the consumption of nostalgic products may increase in China in the future. In recent years, not only has a financial crisis increased Chinese consumers' economic uncertainty, but have also disasters (e.g., earthquakes, floods, and drought) and frequent corporate safety accidents (e.g. poison milk powder) raised Chinese consumers' sense of danger and anxiety. Moreover, insecurity arising from increased living pressures and alienating interpersonal relationships has become important reasons for Chinese people to yearn for the past. Therefore, companies may grasp this consumer psychology to revive traditional brands and products to profit in the Chinese market.

Second, our findings suggest several ways for marketers to more effectively market nostalgic products. Old brands and products, especially the old and famous shops or enterprises with traditional cultural backgrounds, can make full use of their long history to stimulate consumers' nostalgic bonds. New brands can also attract insecure Chinese consumers by featuring nostalgic product appearances or creating nostalgic brand stories. Thus, security, warmth and belongingness may become indispensable parts of brand positioning. Companies can promote sales through nostalgic strategies, such as designing nostalgic appearances for products and telling meaningful nostalgic stories for their brands.

### Appendix A. Measure constructs table

	Loadings	Composite reliability
<b>Preference for nostalgic products</b>		.82
I'd like to buy these products.	.74	
I'm interested in these products.	.74	
<b>Nostalgia proneness</b>		.77
I miss the past time spent with my family.	.71	
I cannot forget the delicious food that I ate in my childhood.	.67	
I often recall past events that are unforgotten.	.73	
Songs we heard in the past wakes up numerous memories.	.72	
The familiar old things certainly take me down memory lane.	.74	
I still often miss my good friends in the past.	.69	
<b>Existential insecurity</b>		.90
I am frightened by the idea that all my thoughts and feelings will stop when I am dead.	.77	
The very idea that my entire personality will disappear forever with my death appalls me.	.86	
The idea that I will never be able to think and experience anything after my death disturbs me.	.88	
The thought that I will be dead someday makes me apprehensive.	.84	
The idea that my body will disappear after my death disturbs me.	.88	
<b>Personal insecurity</b>		.73
More often than not, I feel unsure of my abilities.	.84	
Sometimes I feel that I do not know why I have succeeded at something.	.80	
As I begin an important activity, I usually feel confident in the likely outcome. <sup>a</sup>	.66	
<b>Social insecurity</b>		.78
I am concerned about my style of doing things.	.76	
I am concerned about the way I present myself.	.76	
I am self-conscious about the way I look.	.79	
I usually worry about making a good impression.	.71	
I am concerned about what other people think of me.	.65	
<b>Developmental insecurity</b>		.66
I often worry that important people in my life do not really care about me.	.61	
I find that others are reluctant to get as close as I would like.	.68	
I often worry that if I get close to someone they will not stay with me.	.82	
I often worry about being abandoned.	.74	

<sup>a</sup> Reverse-worded item.

### References

- Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411–423.
- Anderson, C. R., & Zeithaml, C. P. (1984). Stage of the product life cycle, business strategy, and business performance. *Academy of Management Journal*, 27(1), 5–24.
- Baker, S. M., & Kennedy, P. F. (1994). Death by nostalgia: A diagnosis of context-specific cases. *Advances in Consumer Research*, 21, 169–174.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1182.
- Batcho, K. I. (1998). Personal nostalgia, world view, memory, and emotionality. *Perceptual and Motor Skills*, 87(2), 411–432.
- Belk, R. W. (1990). The role of possessions in constructing and maintaining a sense of past. In Marvin E. Goldberg, Erald Gorn, & Richard W. Pollay (Eds.), *Advances in Consumer Research*, Vol. 17. (pp. 669–676)Provo, UT: Association for Consumer Research.
- Braun-LaTour, K. A., & Zinkhan, M. S. (2007). Using childhood memories to gain insight into brand meaning. *Journal of Marketing*, 71(2), 45–60.
- Brown, S., Kozinets, R. V., & Sherry, J. F. (2003). Teaching old brands new tricks: Retro branding and the revival of brand meaning. *Journal of Marketing*, 67(7), 19–33.
- Cameron, W. B., & McCormick, T. C. (1954). Concepts of security and insecurity. *The American Journal of Sociology*, 59(6), 556–564.
- Chang, L. C., & Arkin, R. M. (2002). Materialism as an attempt to cope with uncertainty. *Psychology and Marketing*, 19(5), 389–406.
- Chaplin, L. N., & Deborah, R. J. (2007). Growing up in a material world: Age differences in materialism in children and adolescents. *Journal of Consumer Research*, 34(12), 480–493.

- Chow, G. C. (1960). Tests of equality between sets of coefficients in two linear regressions. *Econometrica*, 28(3), 591–605.
- Collins, N. L., & Read, S. J. (1990). Adult attachment, working models, and relationship quality in dating couples. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58(4), 644–663.
- Davis, F. (1979). *Yearning for yesterday: A sociology of nostalgia*. New York: The Free Press.
- Elliott, S. (2009, April 6). Warm and fuzzy makes a comeback. *New York Times*.
- Fenigstein, A., Sheier, M. F., & Buss, A. H. (1975). Public and private self-consciousness: Assessment and theory. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 43(8), 522–527.
- Glassner, B. (1999). *The culture of fear: Why Americans are afraid of the wrong things*. New York: Basic Books.
- Goulding, C. (2002). An exploratory study of age related vicarious nostalgia and aesthetic consumption. In Susan M. Broniarczyk, & Kent Nakamoto (Eds.), *Advances in Consumer Research*, 29. (pp. 542–546) Valdosta, GA: Association for Consumer Research.
- Grayson, K., & Ambler, T. (1999). The dark side of long-term relationships in marketing services. *Journal of Marketing Research*, 36(1), 132–141.
- Hart, J., Shaver, P. R., & Goldenberg, J. L. (2005). Attachment, self-esteem, worldviews, and terror management: Evidence for a tripartite security system. *Journal of Personality and Social Psychology*, 88(6), 999–1013.
- Havlena, W. J., & Holak, S. I. (1991). "The good old days": Observations on nostalgia and its role in consumer behavior. *Advances in Consumer Research*, 18, 323–329.
- Hirsch, A. R. (1992). Nostalgia: A neuropsychiatric understanding. *Advances in Consumer Research*, 19(1), 390–395.
- Holak, S. I., & Havlena, W. J. (1992). Nostalgia: An exploratory study of themes and emotions in the nostalgic experience. *Advances in Consumer Research*, 19, 380–387.
- Holak, S. I., & Havlena, W. J. (1998). Feelings, fantasies, and memories: An examination of the emotional components of nostalgia. *Journal of Business Research*, 42(3), 217–226.
- Holak, S. I., Matveev, A. V., & Havlena, W. J. (2007). Nostalgia in post-socialist Russia: Exploring applications to advertising strategy. *Journal of Business Research*, 60(6), 649–655.
- Holbrook, M. B. (1993). Nostalgia and consumption preference: Some emerging patterns of consumer taste. *Journal of Consumer Research*, 20(2), 245–256.
- Holbrook, M. B., & Schindler, R. M. (1994). Age, sex, and attitude toward the past as predictors of consumers' aesthetic tastes for cultural products. *Journal of Marketing Research*, 31(3), 412–422.
- Holbrook, M. B., & Schindler, R. M. (1996). Market segmentation based on age and attitude toward the past concepts, methods, and findings concerning nostalgic influences on customer tastes. *Journal of Business Research*, 37, 27–39.
- Holbrook, M. B., & Schindler, R. M. (2003). Nostalgic bonding: Exploring the role of nostalgia in the consumption experience. *Journal of Consumer Behaviour*, 3(2), 107–127.
- Holt, D. B. (2002). Why do brands cause trouble? A dialectical theory of consumer culture and branding. *Journal of Consumer Research*, 29(1), 70–90.
- Hoskisson, R., Eden, L., Lau, C. M., & Wright, M. (2000). Strategy in emerging economies. *Academy of Management Journal*, 43(3), 249–267.
- Kasser, T., & Sheldon, K. M. (2000). On wealth and death: Materialism, mortality salience and consumption behavior. *Psychological Science*, 11(4), 348–351.
- Liu, J., & Smeesters, D. (2010). Have you seen the news today? The effect of death-related media contexts on brand preferences. *Journal of Marketing Research*, 47(2), 251–262.
- Loveland, K. E., Smeesters, D., & Mandel, N. (2010). Still preoccupied with 1995: The need to belong and preference for nostalgic products. *Journal of Consumer Research*, 37(3), 393–408.
- Mandel, N., & Smeesters, D. (2008). The sweet escape: Effects of mortality salience on consumption quantities for high- and low-self-esteem consumers. *Journal of Consumer Research*, 35(8), 309–323.
- Muehling, D. D., & Sprout, D. E. (2004). The power of reflection, an empirical examination of nostalgia advertising effects. *Journal of Advertising*, 33(3), 25–35.
- O'Guinn, T. C., & Muniz, A. M. (2005). Communal consumption and the brand. In D. G. Mick, & S. Ratneshwar (Eds.), *Inside consumption: Frontiers of research on consumer motives*. London: Routledge Press.
- Oleson, K. C., Poehlmann, K. M., Yost, J. H., Lynch, M. E., & Arkin, R. M. (2000). Subjective over-achievement: Individual differences in self-doubt and concern with performance. *Journal of Personality*, 68(3), 491–524.
- Reisenwitz, T. H., Iyer, R., & Cutler, B. (2004). Nostalgia advertising and the influence of nostalgia proneness. *Marketing Management Journal*, 14(2), 55–66.
- Rindfleisch, A., Burroughs, J. E., & Wong, N. (2009). The safety of objects: Materialism, existential insecurity, and brand connection. *Journal of Consumer Research*, 36(7), 1–16.
- Routledge, C., Arndt, J., Sedikides, C., & Wildschut, T. (2008). A blast from the past: The terror-management function of nostalgia. *Journal of Experimental Social Psychology*, 44, 132–140.
- Schely-Newman, E. (2001). Remember Shushan?: Counter-nostalgia in gendered discourse. *Interdisciplinary Journal for the Study of Discourse*, 21(3), 411–436.
- Schindler, R. M., & Holbrook, M. B. (2003). Nostalgia for early experience as a determinant of consumer preferences. *Psychology and Marketing*, 20(4), 275–302.
- Schouten, J. W., & McAlexander, J. H. (1995). Subcultures of consumption: An ethnography of new bikers. *Journal of Consumer Research*, 22(7), 43–61.
- Schroeder, J. E., & Dugal, S. S. (1995). Psychological correlates of the materialism construct. *Journal of Social Behavior and Personality*, 10(1), 243–253.
- Sedikides, C., Wildschut, T., & Baden, D. (2004). Nostalgia: Conceptual issues and existential functions. In J. Greenberg, S. Koole, & T. Pyszczynski (Eds.), *Handbook of experimental existential psychology* (pp. 200–214). New York: Guilford.
- Sierra, J. J., & McQuitty, S. (2007). Attitudes and emotions as determinants of nostalgia purchase: An application of social identity theory. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 15(2), 99–112.
- Stern, B. B. (1992). Historical and personal nostalgia in advertising text: The fin de siècle effect. *Journal of Advertising*, 21(4), 11–22.
- Swait, J., & Louviere, J. (1993). The role of the scale parameter in the estimation and comparison of multinomial logit models. *Journal of Marketing Research*, 30(3), 305–314.
- Tian, G. L. (2008, July 18). China has stepped into a fast-spreading era of nostalgia. *The China Youth Daily*.
- Walker, R. (2008, May 18). Can a dead brand live again?. *The New York Times*.
- Wildschut, T., Sedikides, C., Arndt, J., & Routledge, C. (2006). Nostalgia: Content, triggers, functions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 91, 975–993.
- Wittkowski, J. (2001). The construction of the multidimensional orientation toward dying and death inventory. *Death Studies*, 25(9), 479–495.
- Zhou, X., Sedikides, C., Wildschut, C., & Gao, D. G. (2008). Counteracting loneliness: On the restorative function of nostalgia. *Psychological Science*, 19(10), 1023–1029.
- Zimmer, M. R., Little, S. K., & Griffiths, J. S. (1999). The impact of nostalgia proneness and need for uniqueness on consumer perceptions of historical branding strategies. *American Marketing Association Conference Proceedings: 1999 AMA Winter Educators' Conference: Marketing Theory, Chicago, IL*, 10. (pp. 259–267).

1 **Bilag 4 – Transskribering af interview med Britta Timm Knudsen**

2

3 ***X = Interviewer***

4 ***Y = Interviewperson (Britta Timm Knudsen)***

5

6 X: Svetlana Boym kalder nostalgien en forsvarsmekanisme mod postmoderniteten og en  
7 kompliceret hverdag. Er nostalgien på et naturligt punkt i sin udvikling, eller kan der være  
8 tale om et særligt og forstærket nostalgisk højpunkt?

9

10 Y: Jeg tænker at forholdet mellem det postmoderne og nostalgien er som en relation der  
11 handler om [...] Det der kendetegner tiden det er frisættelsen af individet, mulighederne er  
12 mange via globalisering, vi kan selv performe [...] Der er blevet mere frisættelse, der er mere  
13 frihed, der er mere der er overladt til en selv og man er ikke jo naturbundet af institutionelle  
14 rammer på samme måde. Man er ikke, og det kan du sige, det kom allerede med det moderne,  
15 vi behøver ikke lave det samme som vores forældre, vi kan uddannes på andre måder, vi kan  
16 rejse hele jorden rundt og bl.a. bl.a. bl.a. bl.a. Så alle de der muligheder man har er jo enorme,  
17 og det er der jo også mange der arbejde med og siger at det giver faktisk en grundlæggende  
18 ontologisk usikkerhed. Altså man bliver simpelthen usikker og er på gyngende grund. Og så  
19 kan man sige at det der med at gribe fat i noget som på en eller anden måde så er sikkert og  
20 safe og... for eksempel det der med at gribe tilbage til 50'ernes kønsroller ikke, som de gør i  
21 Mad Men rigtig meget ikke, altså det er sådan lidt en fast grund at være i, selvom man er et  
22 andet sted i sin egen kulturelle kontekst og historiske epoke.

23

24 X: Men altså er det gået hurtigere de sidste, der har jo været det her, det er blevet meget stort  
25 med genbrug og antik og vintage og retro, sådan lige de senere år, sådan i hvert fald, sådan  
26 hvis man lægger mærke til forbrugere [...] Altså har det sådan, er det gået stærkere her de  
27 seneste år i forhold til...

28

29 Y: Genbrug kan jo fortolkes ind i sådan en bæredygtighedsdiskurs ikk. Som handler om at vi så  
30 også nu har fundet ud af at klodens ressourcer er mere begrænsede, så måske skulle man give  
31 sig til at genbruge noget af det der er. Det går det jo også ind i. Så der er forskellige ting på  
32 færde. Genbrug behøver for så vidt ikke have så meget med nostalgi at gøre synes jeg. Det kan  
33 det have, men øh... Altså man skal huske på at nostalgi, det er det jeg altid siger til mine  
34 studerende, nostalgi er en følelse, øh, og man kan ikke sådan bare sige at, altså fordi, når man  
35 siger noget er nostalgisk, så må det have sin grund i at det vækker nogle følelser i én, som  
36 handler om en længsel tilbage til en tid, som man godt ved man ikke kan komme tilbage til.

37

38 X: Mange længes tilbage til en tid som de ikke har været en del af, men det er vel stadigvæk at  
39 være nostalgisk? Er det ikke?

40

41 Y: Hvordan kan du se de længes? Du skriver for eksempel til mig i den der mail, at unge de  
42 dyrker 50'erne og de dyrker 90'erne. Altså 90'erne kan man forstå hvis man er ung, så er det  
43 sket i ens barndom. Og der har du så hele memory og hele nostalgi. Altså det er jo klart at man  
44 er nostalgisk efter sin egen barndom eller sin egen ungdom, det ligger i sig selv. Men man kan  
45 sige, jeg tror ikke man kan sige at det handler om nostalgisk længsel når man, at man re-  
46 enacter eller genopfører eller føler sig tiltrukket af 50'ernes kønsroller eller æstetik. Det er  
47 noget andet.

48

49 Y: Du kan sige, lidt ligesom simple living. Altså det der med, at man gerne vil leve simpelt, og  
50 hvad betyder egentlig det. Betyder det at man egentlig godt kunne tænke sig at geare lidt ned  
51 på det der med det postmoderne. Så jeg tror du har ret i at det handler om at man ser det som  
52 en kontrast eller en helt alternativ måde at leve på end den måde vi ellers gør. Men  
53 spørgsmålet er om det sådan er nostalgi eller det bare er sådan et alternativ man svinger op.  
54 Forstår du hvad jeg mener. Og det kan man selvfølgelig diskutere. Altså igen, jeg vil sådan  
55 være ret hardcore på at for at det skal være nostalgisk, så skal det have fat i en følelse som er  
56 ret stærk. Den samme følelse man har når man sidder og ser på gamle billeder... Af sig selv  
57 eller sine forældre eller øh af sine børn da de var små. Den der øh meget stærke følelse der  
58 rammer i maven, som sådan en voldsom følelse.

59

60 X: Men der er vel også stadigvæk, altså der er vel grader af det ikke? Det behøver vel ikke  
61 være sådan at det skal give et sug i maven?

62

63 Y: Altså man har jo forestillinger om andre tider, man ikke selv har været en del af. Der tænker  
64 jeg, at de roller de spiller i samtiden er – enten som sådan nogle kritiske, altså sådan nogle der  
65 sætter samtiden i relief – for eksempel det der med at der var meget mere fasthed i 50'erne i  
66 kønsrollerne ikk. Der var en mand fandme en mand med brede skuldre og jeg skal komme  
67 efter dig og kvinderne de var på [...] og sådan ikke. Der var ikke så meget at snakke om, det  
68 var bare sådan det var ikk. Og du kan godt se, det får sin betydning fordi det er i en kontrast til  
69 sådan som det er nu, hvor kønsrollerne er meget mere flydende og alt mulig. Jeg er ikke sikker  
70 på det betyder, at folk er blevet mere reaktionære eller regressive eller de egentlig gerne ville  
71 leve i den tid, men det spiller selvfølgelig en rolle, det har du ret i, i den tid vi lever i, som  
72 sådan en slags, ja hvad skal vi kalde det, noget man spiller bold op ad, eller noget man leger  
73 med, eller noget man på en eller anden måde... Altså jeg tror... Der var en, jeg tror det er en  
74 der hedder Cosinette, har du læst ham? Også en af de der...

75

76 X: Nej.

77

78 Y: Nej... Men han er sådan en af de der lidt sådan branding fyrs agtige økonomer. Han er  
79 egentlig meget god, og han snakker om det der med at selling the good old stuff, og han siger:  
80 It's a country you'd like to visit, but you would not like to live there. Altså det der med den der  
81 fortid som vi sådan trækker frem, men vi vil jo ikke være der. Altså det er det der nogen gange  
82 er nogen der tror, altså det handler om at nå, nu bliver de unge jo helt vildt reaktionære og vil  
83 slet ikke leve i den tid de lever i, men altså, det er jeg ikke sikker på er rigtigt.

84

85 X: Men så kan jeg også fornemme, at så er vi i stadigvæk i det refleksive. Det er ikke sådan at vi  
86 vil tilbage og tage fra det gamle og genbygge det på den måde?

87

88 Y: Nej ikke nødvendigvis. Altså du kan sige at øh, enhver form for sådan kulturarv vi nu har  
89 eller historie vi tager frem – der bygger man sig jo en fremtid ikke – det har du selvfølgelig ret  
90 i. Du kan sige for eksempel med alt det der genbrugs og bæredygtighedssnakken. Der er der jo  
91 noget om, at vi har fundet ud af man kan ikke bare fise derudaf med modernitetstoget og  
92 bruge løs ikk. Der skal ske et eller andet andet. Så derfor har det man griber tilbage til, hvis  
93 man nu gør det, det kunne man jo sagtens forestille sig ikk, hvordan har man levet, altså nu  
94 ved jeg ikke så meget med fortiden, men i hvert fald andre steder har man jo og i andre  
95 kulturer til andre tider, har man levet langt mere bæredygtigt end vi har gjort i vores moderne  
96 verden.

97

98 X: Ja.

99

100 Y: Og det griber man jo tilbage til for at ligesom at vi så kan skabe en ny fremtid for os selv ikk.

101

102

103 X: Jeg har læst din artikel – en der hedder nostalgi og rekonstruktion. Og der taler du om at  
104 erindringen er blevet særdeles vigtig, som en konsekvens af globale mediers evne til at skabe  
105 samtidighed i differentierede rum. 80'erne handlede om den nationale erindring, 90'erne om  
106 den private dokumentation og 00'erne knytter det individuelle perspektiv til et geografisk  
107 eller mentalt 'sted'. Er det stadig der vi er i 10'erne? At det sådan er en mental tilstand vi er  
108 nostalgiske efter?

109

110 Y: [...] Det er noget vi gør i grupper, det er noget vi gør sammen med nogen.

111

112 Y: Nostalgien bliver ikke kun sådan noget der længes tilbage, og en eller anden form for sådan  
113 gammeldags nationalistisk... Men at det faktisk også kan have et kritisk potentiale. Det synes  
114 jeg er skide interessant.. Fordi jeg har også lavet analyse af når folk sidder sammen søndag  
115 aften og ser de der serier på TV ikk, øh altså, det er jo også sådan en form for, hvad skal vi  
116 kalde det, en nostalgisk performance af det gamle, hvad skal vi sige, nationale fællesskab.

117 Dengang hvor DR1 havde monopol på at sende i den bedste sendetid og vi sad fandme alle  
118 sammen og så det samme ikk. Vi ved jo godt, at sådan er det ikke længere, og alligevel så nogle  
119 gange, så sker det ikk. De der store drama-satsninger er jo nogle af dem, der faktisk kan  
120 trække rigtig mange. Så vi sidder på samme tid og ser det samme, og det giver jo en eller  
121 anden form for fællesskabsfølelse ikk. Det må man jo sige. Men jeg kan ikke rigtig se at det har  
122 sådan noget, hvad skal man sige, kritisk potentiale.

123

124 X: Vi har jo haft denne her stigning i køb af alt der er gammelt og antik og vintage ikk...

125

126 Y: Jo det kan være bæredygtighed, men det er jo ikke kun det, det er jo også, tænker jeg, det er  
127 jo også bare, altså bare, det er jo også en måde bare at lave distinktive træk på ikke. Altså, det  
128 samme som når man køber noget der er rigtig dyrt – det er ikke så hipt længere – altså nu skal  
129 det så have en historie og være gammelt og have hele den der hvad skal man sige, patina  
130 omkring øh, netop have en historik, være brugt af nogle andre [...]

131

132 X: Ser du det mere som en trend, eller er det fordi man længes efter noget, som de her tider de  
133 har, nogle kvaliteter der er i de her tider som tingene kommer fra?

134

135 Y: Nej, det tror jeg ikke nødvendigvis. Jeg tror jeg tænker det, det er også bare en ny  
136 kapitalistisk modus. Ja det er det sku, også.

137

138 X: Det er det frem for alt eller hvad?

139

140 Y: Jamen det er det også. Altså sell me that old, old story. Jeg mener, det er det jo. Når man går  
141 ind og kigger på hjemmesider og så finder ud af, at alle mulige mennesker ligegyldigt hvad  
142 fitten futten de sælger ikk, så skal de komme op med firmahistorien og hvem der grundlagde  
143 det her sted, og hvor bor vi henne og hvad er der rundt omkring. Og det, altså jeg synes det er  
144 fint. Altså det er jo fint nok. Men det er jo bare fordi det er man nødt til, for ellers kan man ikke

145 være med i konkurrencen, så du er nødt til at være med på den der trend, som hedder at du  
146 skal forankre dine varer i en eller anden historik. Det synes jeg for så vidt ikke der er noget i  
147 vejen med, altså det er jo fint nok. Det er jo fint nok.

148

149 X: Men hvis vi så tager sådan nogle produkter som øh, ja... Jeg fandt på et tidspunkt en  
150 statistik over sådan nogle coffee table books du ved, hvis du ved hvad det er?

151

152 Y: Hvad for nogle, undskyld?

153

154 X: Coffee table books. Øhm. Der for eksempel Taschen, jeg tror det var statistik derfra, de  
155 havde jo også oplevet en markant stigning i salget af bøger, hvor det sådan er afbildninger af  
156 50'erne til 60'erne til 70'ernes levevis. Så hvis vi snakker forbrug der, hvor man køber de her  
157 bøger. Er det så ikke nostalgisk på den måde?

158

159 Y: Jo. Altså jeg har en bog, der hedder retro, hvor man snakker... Man kan sige, enhver periode  
160 er jo kendetegnet ved at have idealperioder, som man spejler sig i ikk. Det jeg tit tænker på,  
161 når jeg siger, hvordan kan det være at 50'erne og 60'erne – altså nu kunne man jo snakke om,  
162 at der forskellige æstetiske udtryk, ikk.. Men det der med, at sige, at 50'erne så pludselig bliver  
163 et ideal for eksempel, er jo ikke så mærkeligt eftersom det jo er lige der omkring, man kan  
164 sige, at vores postmoderne samfund, og det meget stærke forbrugersamfund egentlig startede  
165 ud. Så det er derfor 50'erne på en eller anden måde har den der ret markante status, ikk. Det  
166 er jo sådan før det hele boomede ikk, omkring at forbrugerismen rigtig tog over ikk. Og  
167 60'erne er jo super markant med sit æstetiske udtryk, så der er rigtig.. Atlså 70'erne, så  
168 begynder vi jo at komme op... Det er jo fandme dengang jeg var ung, og så, altså jeg mener, jeg  
169 tror, altså nu har jeg beskæftiget mig med mode, jeg tror at man må sige at alle epoker på en  
170 eller anden måde kan behæftes med en eller anden form for længsel, bare fordi de er fortid. Så  
171 hiver du noget ud, det kan være en farve, for eksempel den orange, eller du hiver en form ud,  
172 en geometri eller altså, hvor jeg tænker, igen, jeg tror ikke, altså øh, det behøver ikke have  
173 noget at gøre med en levevis, men det kan det selvfølgelig godt ha... Hvis vi nu for eksempel



174 igen tager det der med, at vi snakker lidt om bæredygtighed – altså bæredygtighed, retro og  
175 sådan noget, så ligger 70'erne, altså dels 60'ernes frigørelse, men også 70'ernes kollektive  
176 erfaringer jo rigtig tæt på andelsbevægelser og så videre ikke. Så begynder det pludselig at  
177 hænge sammen også med levevis. Altså der er noget med at vi øh, men jeg synes de to er  
178 parallelle bevægelser. Jeg ville være meget forsigtig med at sige, at enhver nostalgisk  
179 bevægelse handler om at abonnere på en bestemt måde at leve på. Det tror jeg dælme ikke.  
180 Nogle gange så er det simpelthen bare citater af former. Ja, det er det altså. Fordi, og det har  
181 enhver mode, trend altid levet af, at citere. Du kan se, moden gør det jo. Og man kan sige,  
182 bliver moden mere rummelig af at citere afrikanske tryk og afrikanske udtryk – I don't know.  
183 Måske, måske ikke – kan du se det? Det er jo sådan set bare et citat, der går ind og bliver en  
184 del af modens system. Og jeg gider ikke at lyde sur og sådan noget, altså jeg mener, jeg er ikke  
185 sikker på at det flytter fandens meget, men det kan man diskutere...

186

187 X: Men altså, jeg har skrevet et spørgsmål her, om der kan være tale om en nostalgisk  
188 forbruger, men jeg kan ligesom fornemme på dig, at du ikke er så glad for at knytte de to  
189 sammen?

190

191 Y: Nostalgisk forbruger... Jo, altså...

192

193 X: Altså, der er jo selvfølgelig noget forbrug i forhold til, hvis det er noget man virkelig selv har  
194 været del af, at man kan købe, øh... For eksempel hvis 'Venner' blev genudgivet om fem år, så  
195 var der mange der ville købe det fordi at det ville vække noget nostalgi...

196

197 Y: Ja, fordi at de selv har set det som ung, og de ser det igen og igen og igen, og ja, ja...

198

199 X: Men hvis vi snakker om det der med at 50'erne og 60'erne, det er oppe i tiden, kan man tale  
200 om en nostalgisk forbruger i forhold til den tid?

201

202 Y: Ja, det synes jeg godt man kan. Fordi der er jo ingen af os der kan sige os fri for at være  
203 påvirkede af de der ting, for det er vi jo. Og det er jo det jeg synes der er så interessant i øvrigt,  
204 ved enhver form for modefænomen, det er at det faktisk forandrer ens smag. Altså man tror at  
205 man selv sætter sig udenfor det – ”nej men, jeg er ikke påvirket af mode” – jo du er så, det er vi  
206 alle sammen, altså det er vi jo.

207 X: Men du snakkede, lige før der kom du ind på det der med, at 50'erne og 60'erne de er især  
208 populære, og det er fordi at det er ligesom starten på vores levevis.

209

210 Y: Ja, det er det...

211

212 X: Og siden, der er det gået lidt af lave eller hvad? Sådan, der er det kørt ud ad... Er det fordi vi  
213 føler, at det er kørt ud ad et sidespor, vi gerne vil tilbage til, at det var sådan lidt mere ordnede  
214 forhold og...

215

216 Y: Ja, jeg tror det er blevet meget uoverskueligt for mange og altså, man må... Og nu snakker  
217 jeg sådan helt generelt, vi lever jo rigtig mange forskellige liv, selv i et lille land som Danmark  
218 ikke. Der vil sikkert være nogen der synes tingene går alt for langsomt eller de har måske ikke  
219 noget arbejde og så, og jeg ved ikke, og hvad med alle flygtninge og indvandrere.. Man har det  
220 med at ekstrapolere den der middelklasse levevis, som jeg jo også selv har, som er at jeg har  
221 det der pisse stressende job og jeg skal enormt meget, så jeg synes jo bare, det der med,  
222 tanken om at kunne stige af, tanken om at kunne slappe noget mere af, tanken om at ligesom  
223 være mere i ro, altså jeg tror den der ontologiske usikkerhed, der ligger med at vi har så  
224 mange valg og der er så meget vi også skal tage os af, altså, og vi skal også performe og det  
225 skal vi jo – i vore sexliv og vores samliv og i vores arbejdsliv og i vores bl.a. bl.a. lokalliv og  
226 hvad ved jeg. Altså der er jo meget man skal, så på den måde kan man godt længes efter at der  
227 er nogen der tager over, men der er jo fandme ingen af os, der alligevel heller vil kunne leve  
228 med det. Det ville vi jo ikke. Fordi hvad så, skulle vi så sige nå men så lad os da få nogle  
229 autoritære regimer som de har i Kina, hvor der i hvert fald er nogen der bestemmer, hvad vi  
230 må sige og hvad vi må gøre... Heller ikke, eller jeg ville i hvert fald ikke. Så det er jo sådan,  
231 altså, der...

232

233 X: Er det ikke bare et spørgsmål om, at uanset hvad vi lever i, så vil vi altid, øh... Altså græsset  
234 er altid grønnere på den anden side – er det ikke bare den vi er i så?

235

236 Y: Øh. Jo og, altså, men jeg tror, det er jo ikke tilfældigt hvad det er man spejler sig i, altså det  
237 er det jo ikke. Altså det der med, hvad kan gå hen og blive et... og jeg tænker lidt, at det der  
238 med at geare ned, downshifting som det hedder på engelsk, det er jo blevet, hvad skal man  
239 sige, en øh, det er jo pludselig gået hen måske og blevet en mulighed. Og egentlig også en  
240 mulighed der har et kritisk potentiale i forhold til det liv vi lever ikk. Det synes jeg faktisk.  
241 Altså jeg tænker lidt, jeg arbejder sammen med nogen fra science and technology, hvor, der  
242 siger, jamen altså for at lokalområdet skal kunne klare sig på længere sigt, så skal de blive  
243 grønnere og de skal øh, lave meget mere noget der er bæredygtigt, og det kommer nok til at  
244 betyde, at det bliver ikke sådan noget med at vi alle sammen har de der 8 – 18 job. Øh. Men  
245 det bliver faktisk noget med når man tænker et lokalområde, så skal der faktisk være nogen,  
246 der passer øh, der passer dyrene, der passer hønsene, der sørger for at man øh dyrker lidt  
247 grønt man kan leve af og så videre og så videre, som egentlig downshifter på det med arbejdet,  
248 men så til gengæld passer. Og du kan godt se, så er det jo en helt anden, en helt anden måde og  
249 øh, iscenesætte livet på end vi gør nu. Der handler det om at vi alle sammen skal have det der  
250 8-18 job ikke og så samtidig have fem børn og bage boller og alt ikke.

251

252 X: Så det bliver mere levemåden, der bliver livskvalitet i forhold til penge?

253

254 Y: Ja, det er jo helt klart noget man kan se. Det synes jeg er et interessant fremtidsperspektiv.  
255 Tænk hvis det kunne være sådan. Det er som om at vi også er blevet mere opmærksomme på  
256 at det liv vi lever med den der, hele tiden den der usikkerhed og det der performance krav  
257 og... Og det handler jo egentlig ikke nødvendigvis om at vi skal tjene en hel masse guld. Det er  
258 mere sådan noget med prestige - det er pisse interessant altså, det er jo også det... Men det  
259 tager enormt meget tid og enormt mange kræfter, og måske kunne man godt tænke sig at øh  
260 kunne gøre det måske lidt på nogle andre måder.

261

262 X: Hvad er det unge, altså mine venner for eksempel, der er jo ikke én af dem, der ikke har  
263 gamle teaktræs møbler til at stå, hvad er det man får ud af det?

264

265 Y: Ja, altså øh, jeg kan tage mig selv, nu er jeg jo ikke ung, men jeg har også teaktræs møbler.  
266 Jeg tænker lidt for mig er det min barndom jeg trækker på – vi havde teaktræ derhjemme. Og  
267 jeg har i øvrigt min mors gamle stole stadigvæk. Så du kan godt se, for mig er det nostalgi. Så  
268 tænker jeg lidt, hvad er det for dem? Det ku godt være noget andet, det kan være det er fordi  
269 at det er en stor designperiode, altså dansk design har jo altså, er jo, ja, verdensberømt ikke.  
270 Og det er på en eller anden måde, så er det en designtradition man trækker på ikke, som er  
271 trendy. Ikke kun i danmark, men globalt.

272

273 X: Men det er jo ikke kun møbler, det er jo alting fra små dåser til du ved, det er jo alting.

274

275 Y: Jamen hvad vil du selv sige? For det kan vi jo godt diskutere på bare. Er det en måde og  
276 performe en form for national tilknytning på – det er jeg fandme ikke sikker på. Det er mere  
277 noget med at det øhm, at det er sådan en æstetisk trend. Man kan selvfølgelig sige, fordi altså,  
278 sådan noget som møbel, altså møbelsmag, hvis du kigger på det globalt set, så bor vi virkelig  
279 forskelligt, ikke også. I forskellige lande og kulturkredse og i forskellige lag ikke. Så et eller  
280 andet sted, så er det vel at trække på det vi kunne kalde en designarv et eller andet sted, som  
281 vi på en eller anden måde har fået ind med modermælken at den er fin, altså hvis det er teak  
282 så er den fin. Jeg mener, der er jo masser af andet dansk design eller der er i hvert fald meget  
283 andet møbelkunst man kunne abonnere på som ikke er så fint, der ikke er så classy. Så på en  
284 eller anden måde så synes jeg måske det er en øh, ja, okay. Det distinktive træk som sådan  
285 noget, hvad hedder det, teaktræ giver, det er er sådan lidt fornemt sådan noget dansk design,  
286 så det er sådan high-class. Sådan ville jeg, sådan tror jeg at jeg ville...

287

288 X: Hvad så hvis vi trækker LP'er, det er også på retræte, hvis vi trækker sådan nogle gamle, det  
289 er jo gamle forbrugsgoder, hvis man kan sige det, som er blevet populære at købe igen, selvom

290 at de er jo blevet overhalet indeom for længst, men altså, hvad er det man, jeg ved det ikke,  
291 køber sig til der?

292

293 Y: Jeg havde en studerende der skrev en opgave omkring vinylplader, det samme med  
294 vinylplader, deres genkomst, selvom det teknologiske er udspillet. Det er jo materialitet, så  
295 godt du spurgte om det, fordi – forhold til materialitet og til tingene, altså materialitet, altså  
296 den der taktilitet, det med at røre ved det på en bestemt, det med at det har en bestemt lyd,  
297 det med at det ritscher på den der bestemte måde, det med at en vinylplade som du spiller af  
298 har jo en anden lyd end den fine lyd vi har når det er digitalt, der er rensset for mislyde så at  
299 sige ikk. Så det du egentlig køber, det er faktisk mislyden. Eller det vi kunne kalde pladens  
300 materialitet, vinyls materialitet. Det du måske også køber, hvis vi nu skal se positivt på det,  
301 hvis du går ned og køber vintage, gamle teaktræs møbler, det er faktisk patinaen, altså det er  
302 at de har været brugt, der er nogle andre, det kan godt være du ikke kender historien om de  
303 andre, det kan også være du ikk gider høre historien om det de andre har lavet når de har  
304 siddet i de møbler, men der er den der brugthed over det og materialitet, der gør at øh, at det  
305 bliver nærværende og noget man faktisk emotionelt kan relatere sig til – det vil jeg faktisk  
306 sige.

307

308 X: Men hvad er det helt præcis forbrugeren får ud af det så? Hvad er det for en, altså hvad er  
309 det, det gør?

310

311 Y: Jamen det giver måske en oplevelse, en ekstra dimension. Fordi du kan jo godt sige, at det  
312 du gør når du går ud i IKEA og køber et møbel du selv samler, eller det du gør når du går ud og  
313 køber ting fra ny. Så skal du, så er det nyt og poleret ikke? Så skal du selv, hvad skal man sige,  
314 skabe den historik, som øh, de ting... Det har selvfølgelig også materialitet, altså det, det kan  
315 komme i et langt perspektiv og når du engang har boet med de der ting i 20 år, så får det jo  
316 også en historie, men det at du køber ting ind, som har en historie og som at der er nogle  
317 indridsninger i, at der er et brændehul der og der er en dut der og der, altså, så har det jo levet  
318 kan du sige. På en måde er det lidt ligesom at befolke et hjem med historie, altså, med sådan  
319 en, ja, med nogle andre mennesker, med nogle andre liv, noget andet historie, noget andet

320 øh... Det er sådan set at gøre det rigere, give det en ekstra dimension, sådan tror jeg nok, hvis  
321 jeg skal se på det, på sådan en, en meget positiv, altså, forstå mig ret, hvis vi skal læse det  
322 sådan, hvad skal man kalde det... Virkelig sådan kulturkritisk som Adorno Horkheimer, så  
323 ville man, eller som Bourdieu ville sige. Bourdieu ville bare sige, det der det er fandme bare  
324 distinktive træk. Det er den måde jeg positionerer mig, eller du positionerer dig over for dine  
325 venner, så kan du sige, jeg har også et teaktræs bord. Og så bliver du indlemmet i det store  
326 teaktræs bordsfællesskab med alle dem, der også har det. Eller det er det du kan slå de andre  
327 oven i hovedet med, der ikke får råd til at købe det, hvis det nu er dyrt ikke. Hvis vi kigger  
328 sådan mere materielt på det, materialistisk eller, ikke materialistisk forstået som forbrug,  
329 men, hvad skal vi kalde det... Materielt, ligesom i materialitetsforskning – det er jo meget  
330 moderne det der med materialitet ikke. Så handler det om at tingene også har, øh... Altså ting  
331 har jo, hvad skal vi kalde det, attraktionskraft fordi de er ting, der har historie og er ejede,  
332 ligesom mennesker er det, så de får faktisk menneskelignende træk.

333

334 X: Men altså, i det her senmoderne lys, hvor vi har mistet vores ontologiske sikkerhed og  
335 sådan – kan det, altså jeg en formodning om, at det kunne være, at man ligesom prøver at  
336 købe sig til noget ro i sjælen, at man prøver at købe sig tilbage til, at man har et simpelt liv og  
337 lidt mere ro på derhjemme måske, men det ved jeg ikke om det er ved siden af?

338

339 Y: Jo... Jo, jo. Men jeg tænker lidt at øh... Jo, hvis det giver ro, at have et teaktræs bord, men det  
340 jeg tænker på, altså, en af de store udfordringer ved vores samfund, det er faktisk ensomhed...  
341 På en måde er det jo en fuldstændig vanvittig anomali, altså med vores sociale medier, og alle  
342 de tilbud der er ikke, at der er rigtig mange ensomme unge iblandt... Det er vildt mærkeligt, og  
343 der tænker jeg lidt, jamen det er jo fordi at vi har fået skabt os nogle liv, hvor vi egentlig ikke  
344 behøver, øh... Eller hvor det i hvert fald godt kan lade sig gøre, bare at køre sit eget. Og der  
345 tænker jeg lidt, at øh...

346

347 X: Så det er faktisk en stor ting, det der med at, det ligesom, at man køber sig til noget...

348

349 Y: Ja, ja, til noget selskab, ja. Altså man køber sig simpelthen til noget historik eller noget  
350 selskab eller noget der på en eller anden måde har noget dybde. Ja. Det tænker jeg.

351

352 X: Nå, det synes jeg at der er spændende...

353

354 Y: Ja, det er lidt spændende ikke, altså at øh, altså vi ved jo alle sammen at man kan ikke blive  
355 mindre ensom af måske at have et teaktræsbord, men jeg tror det der med at få, øhm, altså det  
356 kan jo i hvert fald tilsige, at øh, at det har alle mennesker brug for, noget, jeg bryder mig ikke  
357 om at bruge de der store generaliseringer, men altså, det der med at vi som mennesker, et  
358 eller andet sted, godt kan lide, godt kan lide dybden ... gerne vil fortiden, gerne vil have en  
359 levende relation, til hvad der har været, eller det øh... Det synes jeg er interessant. Og det tror  
360 jeg meget på, fordi det er jo altid det jeg har sagt når forskellige politikere de stiller sig op og  
361 siger "unge i dag er historieløse", det for forstår jeg simpelthen ikke det udsagn, og jeg tænker  
362 for eksempel det der med at øh, at man dyrker det der med, altså, hvad hedder det, altså her i  
363 Århus på Vestereng, hvor man går ud og reenacter Vikinger og så videre. Det er jo altså også  
364 en historisk interesse, fordi det der ligger til grund for det er for eksempel at man sætter sig  
365 rigtig meget ind i hvordan vikingernes våben så ud, hvordan deres skibe så ud, hvordan deres  
366 klædedragt så ud, hvordan de åd og så videre og så videre, det er jo kæmpemæssigt. Jeg  
367 forstår det simpelthen ikke, det er jo en historisk interesse af dimensioner. Hvorfor skal det så  
368 være forkert bare fordi man reenacter og leger det? Det er lidt sjovt. Jeg synes det er enorm  
369 historisk interesse det er udtryk for.

370

371 X: Jeg ved ikke helt om du sådan kan se, at der skulle være en nostalgisk forbruger, sådan i  
372 forhold til, hvis vi snakker i forhold til mig for eksempel og 50, 60'erne. Fordi at øhm...

373

374 Y: Jo, altså, men jeg ville måske bare sige, at der er rigtig meget forbrug, der er nostalgisk. Jo,  
375 det er der. Ja.

376

377 X: Vil du så sige, er det forbrug restorativt eller er det refleksivt? Er det fordi at vi gerne vil,  
378 har vi nogle ønsker om, at få nogle af de kvaliteter og ting de havde dengang, eller er det bare  
379 sådan en lidt mere...

380

381 Y: Ja, jeg synes i øvrigt at de er lidt svære at arbejde, altså jeg tror at jeg ville sige, at øhm...  
382 Hvad hedder det... Der er i øvrigt en ipod du kan downloade, hvor der er en samtale omkring  
383 nostalgi, øhm... Men det er ikke fordi, vi snakker slet ikke om forbrug, men altså, med hvad  
384 hedder han, Knud Romer, i Romerriget.

385

386 X: Den har jeg faktisk hørt.

387

388 Y: Ja. Men, der har jeg den pointe omkring det politiske. Altså det er der jeg synes den  
389 restorative nostalgi for alvor kommer på banen. Altså der, hvor man kan sige, at når Milosevic  
390 står og legitimerer drabet på alle de her muslimske med at man skal genindføre et eller andet  
391 storrigt, hvor dem og dem og dem, de skal udrenses – det er nostalgi - det er restorativ  
392 nostalgi. Når DF, beklager, men når de snakker om at øh, altså, på en eller anden vil  
393 gennemføre 50'erne i Danmark, altså før den store forandring ikke, så er det også et  
394 restorativt nostalgisk projekt, fordi sådan er verden ikke længere. Og derfor øh, jeg mener,  
395 altså, og det er noget, der kan blive politisk, sindssygt farligt, altså, den der restorative  
396 nostalgi, men jeg synes egentlig kun at jeg kan... For det vil være noget med at man benægter,  
397 at det ikke kan lade sig gøre at genindføre, og det, selv DF som er, det ved de udmærket godt,  
398 og de bruger det bare strategisk, på at fiske nogle stemmer ikke, det er de i øvrigt skide gode  
399 til, ikke, altså, så, men øh... Men jeg tænker at øh, altså at alt, sådan nostalgi på en måde er  
400 sådan, reflektiv når det ikke får den der meget farlige politiske karakter, fordi altså, vi ved jo  
401 netop det der med, bare barndommen ikk... Den ved vi jo godt, der er sådan nogle små  
402 lommer ikk, hvor man falder ned, og så kommer man op igen, og derfor er det henvist til at  
403 være reflektivt. Det kan ikke etableres. Der opstår oplevelseslommer, hvor du kan være der,  
404 og så går det væk igen.

405



406 X: Svetlana Boym taler om popkulturens effekt på nostalgien og hvordan den har været med  
407 til at skabe vores nostalgiske forestillinger. Hvor stor en betydning vil du sige, at popkultur, og  
408 film og medier og lignende, det har haft for det vi længes efter?

409

410 Y: Helt vildt meget, holdt da op. Helt vildt meget, altså, det er jo fantastisk, at se. Og jeg tænker,  
411 det, altså, det jeg synes der også var så interessant omkring den der hype omkring Mad Men,  
412 nu er det nogle år siden ikke, men øh, altså det der med at man kunne lave barer, hvor man  
413 også reenacter, det synes jeg er interessant ikke. At de der medier ligesom spreder sig ud og  
414 bliver til materialiteter, ikke, hvor man øh, og der er jo fester, der sådan, hvor man sådan  
415 kunne klæde sig ud i Mad Men tøj og sådan noget, det synes jeg sgu er interessant altså.

416

417 X: Hvilket billede er det så helt præcis pop-kulturen har skabt, sådan af fortiden? Hvis man  
418 sådan kan, ja, generalisere...

419

420 Y: Det jeg synes, der er interessant, altså hvis vi nu tager sådan en serie som Mad Men. Den  
421 synes jeg jo er ekstremt kritisk over for den tid. Det er jo bestemt ikke en serie, som siger, der  
422 var det rigtig fedt, at komme tilbage dertil. Overhovedet ikke. De sviner, og de drikker, og de  
423 ryger, og det er af helvede til, og de bliver skilt og de, hvad ved jeg. Så det er jo enormt, altså,  
424 den er jo skide kritisk. Så det er jo ikke... Og det synes jeg i øvrigt er vederkvægende, altså, det  
425 er jo ikke sådan, men derfor kan man jo godt spejle sig i den, altså for eksempel som noget  
426 man synes er interessant at lege med, netop fordi vi ikke længere er det, altså. Men altså øhm,  
427 det tror jeg ikke man kan sige noget generelt og entydigt om, med hvad den gør, popkulturen.  
428 Igen er det noget, der sådan, hvad skal man sige øhm... Der forandrer sig, jeg tænker lidt at  
429 øhm... Altså det virker jo. Det er jo det... Det er både fascinerende og også lidt skræmmende,  
430 altså det med at det faktisk kan lade sig gøre at sælge ting, bare på basis af det vi kunne kalde  
431 nos... altså det der med, at man... Du kan sige, nu bor jeg i Århus med den gamle by og sådan  
432 noget ikke. Deres julemarked og sådan noget. Altså når man hører, hvad folk siger, når man  
433 går nede i det der, altså jul er det, igen, det er jo også en meget nostalgisk tid og sådan noget  
434 ikke. Der er det der med ens egen barndomsjul, det får ikke for lidt på alle de der parametre.  
435 Og der ved vi jo godt at vi er svage, over for de der, følelsepåvirkninger og stemninger, ikke.

436 Altså det der med at være i den der stemning, og være i barndommen og den er enormt  
437 behæftet med den der nostalgiske følelse. Og dem kan man så, hvis man er forretning jo, altså,  
438 slå på.. For det er jo, hvad hedder det, altså for eksempel, det der med de gamle  
439 ungdomsbøger, Puk-bøgerne og sådan nogle, som er blevet genudsendt for eksempel med  
440 deres gamle omslag og sådan noget. Og der vil jeg så lige sige, altså jeg tror rent  
441 indholdsmæssigt, der vil de aldrig holde en meter, altså, jeg ved ikke om nutidens børn  
442 overhovedet vil kunne finde id af at læse dem, de er jo helt forfærdelige. Nå, men øh, men altså  
443 de det er jo lidt sjovt at den der, hvad skal man sige, æstetik omkring det ikke, stadigvæk er  
444 virksom, for der vil man sige "ej, det kan jeg godt huske" eller "den læge havde min et eller  
445 andet" eller "den kan jeg huske fra min bedstemor, hun havde den til at stå" og alt det der  
446 ikke.

447

448 X: Og det er i høj grad forældrene, der køber det så. Det er ikke for børnenes skyld?

449

450 Y: Ja, det tror jeg. Nej, lige præcis ikke, det er deres egen, og det snakkede vi også om i den der  
451 udsendelse, der er sådan, alle generationer har deres egen nostalgiske perioder, som de så  
452 hiver ud fra ikke, og udover det, så er der så det vi kunne kalde sådan det vi sådan mere sådan  
453 fælles som samfund har, eller abonnerer sådan æstetisk øh på ikke. Designmæssigt, apropos  
454 det med teaktræ.

455

456 X: Så det kan man godt kalde sådan en generel tendens?

457

458 Y: Ja det synes jeg lidt. Altså jeg tror ikke du vil finde det i alle lag, altså jeg ved sgu ikke hvor  
459 mange der...

460

461 X: Nej

462

463 Y: Altså jeg vil, eller, det ved jeg faktisk. Altså jeg kunne tænke mig at min egen bror, der bor i  
464 Brande, som er uddannet elektriker. Jeg tror fandme ikke han vil eje et teaktræsbord, det tror  
465 jeg simpelthen ikke han kan se værdien i.

466

467 X: Men kan man, altså kan man dele det ind i, sådan sige, at der er et specielt segment? Inden  
468 for den her slags forbrug?

469

470 Y: Ja, der tror jeg da bare vi skal tilbage til Bourdieu, ikke. Altså, at det handler om at have  
471 afsmag for de andres smag. Altså, der vil helt klart være forskellige smagsregimer.

472

473 X: Ja, okay.

474

475 Y: Som går på det. Og der, ja det ved jeg ikke, der skal man jo ind og kigge på, det er jo stadig  
476 klasseopdelt, hvad der ligesom former smagen i forskellige lag, altså, det er det jo.

477

478 X: Men lige tilbage, her til sidst, til det her med popkulturen, altså hvor stor en medspiller har  
479 den været i det billede vi har af fortiden, hvis vi sådan siger har den haft, er det den der har  
480 skabt 90 procent af den forestilling vi har, eller... Er det sådan man kan give et tal på det? Har  
481 det sådan været den altdominerende kraft eller hvordan?

482

483 Y: Altså, nu ved jeg ikke om det er det du tænker på, men hvis nu, altså for eksempel... Jeg  
484 læser en der hedder David Løwenthal, som har skrevet en bog, der hedder The past is a fallen  
485 country, og det er selvfølgelig... Og han er sådan lidt i Svetlana Boym, og snakker om at det er  
486 moderniteten, der, eller... I og med moderniteten er der sket et afgørende brud med det vi  
487 kalder det traditionelle samfund, det er jo ikke, det er jo simpelt nok... Altså det der med at vi  
488 netop ikke behøver at gøre ligesom man gjorde i de traditionelle samfund. Vi kan jo gøre  
489 noget andet og det er jo industrialisering og hele det der vi på en eller anden måde er end i  
490 med et opgør med fortiden ikke... Han skriver et sted, efterligningerne, og der kunne man

491 egentlig så udvide det med det vi kunne kalde de popkulturelle repræsentationer af fortiden,  
492 er tit det eneste folk har faktisk af, nogle gange i hvert fald, fordi for eksempel så siger han,  
493 hvor mange har læst Shakespeare, ikke så mange, men der er måske rigtig mange der har set  
494 den der, der har set nogle Shakespeare film. Måske Romeo og Julie filmen ikke, som Baz  
495 Luhrman han lavede ikke. Den er der nogen der har set, og så kan man selvfølgelig sige, så kan  
496 man være kulturkritisk og sige "jamen det er jo forfærdeligt, folk de læser ikke Shakespeare  
497 længere". Men der er han ret hardcore og siger, at hvis det er den repræsentation som folk  
498 forstår fortiden igennem, så er vi nødt til at tage den sindssygt alvorligt, som værende det  
499 billede folk har af Shakespeare ikke. Og der kan man selvfølgelig sige, der kan vi være ude i  
500 nogle grænsezoner. Hvad nu hvis det er noget lort, der er blevet lavet, eller hvad nu hvis osv.  
501 Osv. Der skal man sgu ud og korrigere, men vi må i hvert fald tage det alvorligt, som værende  
502 noget af det, som ja, som faktisk former vores forståelse af bestemte tider og så igen, som du  
503 også siger, også avler både interesse, awareness og nostalgisk begær og så videre ikke. Og det  
504 tror jeg ikke man skal underkende.

505

506 X: Man kan godt snakke om at der er et glansbillede af fortiden?

507

508 Y: Altså, det kan man sige, det ligger jo i definitionen af nostalgien. At man konstruerer, altså,  
509 at det er en utopi om fortiden. Man konstruerer en fortid, der aldrig har været.

510

511 X: Ja, og hvad vil du sige, hvad er faktorerne sådan, der danner det her glansbillede så? Hvis  
512 man skulle sige det, hvad er sådan de medvirkende faktorer?

513

514 Y: Jamen, det er jo så tit når man netop lige præcis kun spejler fortiden i nutiden. Altså det er  
515 jo sådan set det, som alle sådan historisk bevidste ville være meget kritiske overfor. Altså når  
516 det eneste, den eneste måde vi forvalter en fortid på det er ved kun at spejle den i forhold til  
517 nutiden, så kan du aldrig give et dækkende billede af den fortid som jo er god og skidt og bla  
518 bla bla. Altså, der er en masse miskmask i den fortid, men hvis du laver sådan en idealiseret  
519 forestilling eller en dys topisk forestilling. "Fortiden var noget lort ikke, alt sammen". Så er det

520 klart at så øh, så er det fordi du kun laver en spejling, ikke. Altså det vil sige, alt det du længes  
521 efter i din nutid, eller alt det du synes der er i vejen med din nutid, det ligger du så tilbage i  
522 fortiden, og så siger du, det er der vi skal... Altså dengang jeg var barn, der sneede det bare  
523 hver eneste vinter, og dengang jeg læste, da var de studerende nogle der virkelig arbejdede,  
524 og så videre og så videre. Hele den der idealisering af en fortid er jo noget du bruger til at  
525 spejle og være kritisk ind i din samtid med. Og det er det, der er i vejen med den/det kan du  
526 sige.

527

528 X: Okay, men jeg tror faktisk...

529

530 Y: Og det er jo problematisk ikke. Altså at man, fordi vi ved jo alle sammen godt når de gamle i  
531 familien de sidder og siger "ja sådan var det altså ikke", nej sådan var det ikke og det var det  
532 fandme heller ikke i fortiden, og det, sådan er det jo ikk...

533

534 X: Ja

535

536 Y: Så altså jeg synes, altså jeg synes nostalgi, jeg synes det er jo en meget stærk ting. Længsel,  
537 ikk. Længsel tilbage, længsel efter noget, altså, hjemve for eksempel, det er jo forfærdeligt.  
538 Men det er jo også... Ja, men det er en meget stærk følelse, ikk.

539

540 X: Men altså, går vi konstant og længes efter, altså... Er det fordi at den moderne verden,  
541 stikker den uden for vores natur eller hvad?

542

543 Y: Nej, nej. Det tror jeg ikke det gør. Fordi jeg tror det er lidt ligesom erindringen virker,  
544 ligesom Marcel Brusch snakker om.. Altså pludselig bliver vi ramt af det, ikk. Den der  
545 erindring der dukker om når der er en duft, altså, ja, når vi bliver sansemæssigt vækkede ikke.  
546 Eller når vi ser det der fotografi af ens nyfødte barn, eller barn i en bestemt situation, hvor  
547 man bare pludselig får det der stik ind, ikk. Altså det er en nostalgisk følelse, og den rammes vi

548 jo af i forskellige situationer, men det er ikke sådan noget vi render rundt og hele tiden synes  
549 og mener eller... Vi lever jo sådan set bare vores liv forlæns, ikk. Så kommer det bare. Og der  
550 kan man selvfølgelig sige, i det øjeblik det bliver til forretning, hvad det jo gør, altså når man  
551 finder ud af, jamen det kan man jo altså få folk til at købe noget på baggrund af ikk. Øh. Og ikke  
552 kun det, altså, tit er det jo ikke kun det. Jeg mener det nye nordiske køkken er jo ikke bare  
553 fordi Claus Meyer har tænkt, at nu skal jeg lave en forretningsmodel. Altså  
554 forretningsmodellen var jo givetvis en del af det, det kan man altså tjene penge på, men der er  
555 også rigtig meget andet godt der er sket via det ikk. For eksempel har han faktisk forsøgt at  
556 forandre danskernes spisevaner, sådan så vi egentlig spiser mindre fedt og sukker, og egentlig  
557 spiser mere aromatisk, ikk. Og det synes jeg da alt andet lige er en god ting.

558

559 Y: Ja, de næste 20-30 år synes jeg er spændende. Så på den måde kan man godt sige at vi er  
560 sådan, sådan lidt i en brydningstid ikk. At det der med det moderne paradigme som sparrer  
561 fremad og forbrug mere og mere, holder sgu ikke helt altså.

1 **Bilag 5 – Transskribering af interview med Søren Askegaard**

2

3 *X = Interviewer*

4 *Y = Interviewperson (Søren Askegaard)*

5

6 X: Jeg laver jo det her speciale om, hvordan vi dyrker genbrug, vintage og retro og gamle dage  
7 som aldrig før. Og på den baggrund, så går jeg ud fra, arbejder jeg ud fra en hypotese om, at  
8 der eksisterer en nostalgisk forbruger, øhm, hvis forbrug sådan i nogle situationer styres af  
9 fortidens kultur og produkter og materialer. Øhm. Og som også er meget betaget af fortidens  
10 levevis. Og så skal jeg så finde frem til, hvad drivkræfterne er for det her, og hvad det helt  
11 præcis er vi prøver at købe os til. Øhm. Og du har jo flere gange udtalt dig om den her stigende  
12 tendens. Og hvad er de tydeligste markører for denne her tendens?

13

14 Y: Jamen det jeg plejer at udtale mig om, det er jo først og fremmest genbrugsmarkedet som,  
15 som et øh, hvad skal man sige, som et marked dels for, altså som et marked, der dels handler  
16 om noget smartness, altså hvorfor bruge pengene to gange havde jeg nær sagt, hvis man kan  
17 være smart, men det handler selvfølgelig også om så meget andet, det handler om identitet.  
18 Øh... Det handler om identitet, både som, hvad skal man sige, som en dygtig genbruger, en der,  
19 fordi, altså, noget af det som har slået mig i en række genbrugsbutikker og sammenhænge, det  
20 er den der stolthed folk har over, at være gode til at finde de gode tilbud i modsætning til det  
21 almindelige, det almindelige marked, hvor tøj eller genstandene bare findes i x antal  
22 eksemplarer, fordi at jeg finder den der skjorte eller den der krukke, eller hvad det nu kunne  
23 være, nede i en eller anden butik, så betyder det ikke at andre ikke også godt kan finde den,  
24 for der er 5, 6, 7, 8 stykker, der står og der er masser på lager ikke. Så der er noget med at man  
25 har sådan en, altså det er en øh, der er sådan et trofæagtigt noget over det her øh, den her jagt  
26 og det er også selvfølgelig med til at individualisere også, i den forstand, at eftersom alle andre  
27 ikke bare kan gå hen og købe den samme ting, så er der både det der trofæ motiv, men også  
28 det her med at man kan gøre sig selv mere individualiseret, mere unik, mere 'typet' kan man  
29 sige ikke, altså man bliver, man kan ligesom bedre fremstå som en ganske særlig konglomerat  
30 af ting og sager, en typologi ikk.

31

32 X: Okay, og det vil du sige det er de to største markører?

33

34 Y: Ja og så, altså, så vil jeg sige der er tre. Dels så skal man ikke underkende, at vi har jo lært af  
35 krisen, at man ikke kan forvente evig økonomisk vækst, altså vi kan også se af  
36 forbrugerindeks og så videre og så videre, at forbruger, at selvom det går meget bedre og man  
37 burde svinge dankortet noget oftere, så er forbrugerne lidt nølende med at få gang i forbruget,  
38 og jeg tror det hænger sammen med at øh, jamen at der er en anden økonomisk etos omkring  
39 tidsånden, som gør at øh de glade 00'ere, hvor, som den daværende finansminister sagde, vi  
40 kunne købe hele verden, at de er forbi og vi tænker at de kommer formentlig sikkert ikke  
41 engang rigtigt igen, for selvom hvis de skulle komme igen, øh en kort overgang, så ville de  
42 formentlig forsvinde endnu engang, så vi er blevet sådan lidt mere... Øh... Hvad skal man  
43 sige... Øh... Også mere, der er jo det med denne her forbrug og materialisme, altså vi har altid  
44 oplevet sådan en skepsis overfor, om ikke overfor forbrug og materiel velstand, om ikke det  
45 var sådan et epi fænomen og noget overflade som ikke gør os virkelig lykkelige, men som bare  
46 er meget sjovt og meget rart og så kan man så ligge mere eller mindre vægt på det sjove og det  
47 rare i det, ikk. Men vi er jo sådan lidt dobbelte omkring vores forbrugersamfund, for på den  
48 ene side så er det enormt behageligt og enormt praktisk og enormt øh, mange ting, at vi bare,  
49 altså at vi bare kan gå ned og, hvis der er et eller andet vi har lyst til, så kan vi jo i al  
50 almindelighed bare gå ned og købe det, altså hvis der ikke er tale om rigtige luksusvarer. Øh,  
51 og det vil sige at, men samtidig så har vi jo også sådan en meget indgroet forestilling om, at  
52 jamen uanset hvad vi køber, så ligger livets mening jo et eller andet andet sted, i at blive til  
53 nogen og selvrealisering og øh, hygge og afslapning, og opnå noget med sit liv og gøre en  
54 forskel, og alle de der ting som vi kan øh fremmane ved festlige lejligheder. Så på den ene side  
55 så mener jeg at der er en økonomisk snusfornuft, som er sådan en post-kriseagtig ting, som  
56 gør at hele den der genbrugsting og nostalgi den vinder frem. På den anden side, så er der  
57 også sådan et øh, en almindelig, sådan bæredygtighedsetos om, jamen det er jo ikke det vi  
58 bliver lykkelige af alligevel og hvis vi kan genbruge tingene, så skal vi da gøre det, og vi  
59 frekventerer genbrugspladserne meget mere end vi tidligere har gjort. Der er jeg altid  
60 forbløffet over i hvor høj grad folk gider at sortere deres skrammel når de kommer derud med  
61 traileren og så en pose til den container, lidt til den container og sådan. Det gør man sådan lidt



62 med god samvittighed. Og det er jo også en måde ligesom at udtrykke genbrugsetos på. Og så  
63 er der så det her med øh, altså det her med at kunne fremstå som mere unik og mere  
64 individualiseret og det her med at og fremstå som en kompetent forbruger.

65

66 Y: Hvis du kobler genbrug til nostalgi, så vil jeg gerne tilføje et fjerde element, og det er en,  
67 hvad skal man sige, en postmoderne nostalgibølge. Jeg ved ikke om du kender den forfatter,  
68 der hedder Stephen Brown?

69

70 X: Øh, jo. Ham har jeg, jeg er røget forbi ham i hvert fald, men jeg har ikke gravet ned i ham...

71

72 Y: Ja, han, altså, han har jo lanceret det begreb, der hedder retro markering.

73

74 X: Ja

75

76 Y: Og har skrevet en lang række artikler, blandt andet i journal of marketing, teaching old  
77 brands new tricks.

78

79 X: Okay

80

81 Y: Så ham vil jeg bestemt mene at du skal konsultere. Fordi hans pointe er jo, at, hvad skal  
82 man sige, modernismen, moderniteten med dens tro på fremskridtet, og vi er i færd med at  
83 bygge en bedre verden og øh, alle, altså al udvikling er på en eller anden måde en  
84 overskridelse og en vej hen imod et andet og et bedre sted. Det er ligesom og historien er eller  
85 bør være en stor oplysnings- og befrielsesaktion ikk. Altså det er jo sådan selve  
86 oplysningstidens øh fremskridtstog og modernismens øh, hvad skal man sige, partiprogram,  
87 eller, mission og vision i en nøddeskal ikk, det er det her med at vi er på vej, hele tiden på vej  
88 mod noget bedre, vi skal hele tiden oplyse og forklare og udvikle og frem mod et andet og  
89 bedre samfund og et andet og bedre liv.

90

91 X: Ja.

92

93 Y: Og det er jo så, hvad skal man sige, en af, et af resultaterne af en stigende mangel på  
94 overbevisning i den her, det som Viotar kalder et metanarrativ, altså en metafortælling, og  
95 han definerer jo netop postmodernismen som skepsis overfor metafortællingerne. Og det er  
96 denne her skepsis overfor den moderne metafortælling om at nyt altid er bedre, fremskridt  
97 leder os til et bedre samfund, og derfra er der jo ikke langt til at konkludere, at jamen så  
98 kunne det jo godt være, at den tanke opstår, at alting var bedre i gamle dage, ikk. Og nu er det  
99 jo ikke sådan, at der ikke har været nostalgi i sådan, i øh, også i moderne tid, for man skal jo  
100 ikke se ret mange Morten Korch film fra 1950'erne eller 40'erne, 50'erne før man godt ved, at  
101 selvom det var en del af, altså det var jo lige i 50'erne var jo og 60'erne var modernitetens  
102 højdepunkt ikk, i en række sammenhænge, så var der selvfølgelig nostalgi, også omkring det  
103 tabte ved det gamle landbrugssamfund og hvordan man kom hinanden ved og ditten og  
104 datten.

105

106 X: Er det så det samme det går ud på så, hvis man tager de to?

107

108 Y: Ja det er det, men det er vel nok, det er velsagtens koblet i vore dage, ikke bare med sådan  
109 en almen øh nostalgi om noget man har tabt, men måske også en idé om at selve, at selve  
110 moderniteten har med dens strømlignethed og med dens funktionalitet, altså modernitet og  
111 funktionalitet hænger jo stærkt sammen ikk. Og det vil sige, en anden tid, med plads til flere  
112 krummelurer, hvis man nu skal tale i sådan en meget bred metafor, og det kan både være  
113 fysiske krummelurer, men det kan også være mentale krummelurer, altså at man ikke er så  
114 regelret og så strømlignet, man er så kedelig som menneske, og tilværelsen er kedelig, og jeg  
115 tror at det er, nostalgien er en længsel efter flere krummelurer på tilværelsen.

116

117 X: Krummelurer?

118

119 Y: Ja, krummelurer, det er vel sådan noget, en lille unødigt ting, som man klitrer på  
120 husfacaden kan man sige, for at det skal se pænt ud ikk. Altså ting, der ikke har anden funktion  
121 end at se lidt sjove og spøjse og skægge ud. Og som derfor ikke rigtig er moderne eller  
122 funktionelle i en eller anden sådan central forstand. Og det skal du forstå som en meget bred  
123 metafor, altså, det er hermed, at der var en tid, hvor altså, du kan også opfatte ideen om at  
124 postmanden har tid til at drikke en kop kaffe mens han kommer rundt og deler post ud, som  
125 en krummelure ikk. Altså det er jo sådan, så stopper man op på sin ellers funktionelle rute,  
126 hvor man deler post ud og så videre og så videre, øh... Du kan opfatte smileys, og alt sådan  
127 noget lignende i en e-mail som en krummelure, fordi det, altså vi skriver en e-mail for at  
128 overføre noget information og alle de der små blink og vink og figurer og hvad ved jeg, de  
129 behøver ikke at overføre, altså de, ud fra sådan et moderne perspektiv er det bare staffage og  
130 så videre og så videre. Men vi ved jo godt at det også kommunikerer og at man ikke kan  
131 reducere menneskelivet til ren og skær funktion, og det er jo så, kan du sige, den der  
132 modernisme kritik, der ligger lidt i nostalgien, tilbage til en tid, hvor alt ikke var reduceret til,  
133 hvad skal man sige, til rationel funktionalitet ikk. Altså øh, management systemer, Lean, just in  
134 time og så hurtigt som muligt og øh, den bedste kvalitet til den laveste pris, og massemarked  
135 og masseproduktion og masse alting og grimme industrier og hvad ved jeg. Så der ligger en  
136 hel, altså sådan en...

137

138 X: Så det er både en øh, fordi jeg har jo læst mig til, at det jo både er noget med, at vi savner  
139 nogle roller vi kan sådan, nogle bokse vi kan sætte os ned i, men det er også fordi vi savner  
140 friheden så? Altså det her med krummelurer her...

141

142 Y: Altså jeg tror at øhm. Jeg ville være være meget skeptisk over for det der med nogle. Altså  
143 det er rigtigt at vi – altså det er jo kompleks. For på den ene side så savner vi jo nogle bokse at  
144 sætte os ned i, i den forstand at vi kan finde... at vi fremstår som sådan ret identitets- og  
145 rodløse ikk. Altså men der er masser af selvhjælpsindustri og identitetsbygningsrådgivning og  
146 identitetsbygningsforbrug og så videre og så videre, som selvfølgelig antyder at vi netop  
147 mangler en boks at sætte os selv ned i, men omvendt, så er vi jo ikke meget for, skal vi sige,  
148 modernismens funktionalistiske bokse, at sætte os ned i, altså at vi bliver defineret ved vores  
149 erhverv, eller ved vores alder eller vores segment. Alt det der, som sådan klassisk marketing

150 også opererer med og som og som vi skyr som pesten ikk, altså fordi vi vil ikke sættes i bås, og  
151 hvis vi skal sættes i, vi skal selv lave båsen så at sige ikk. Den vil vi gerne. Og nostalgien er så,  
152 måske en længsel tilbage til en tid, hvor man ikke, hvor systemerne ikke satte en i bås. Det er  
153 selvfølgelig noget vås, rent historisk set, for hvis der var noget man var før i tiden, så var det at  
154 være sat i bås – af ens slægt og ens status og ens, altså, det man var, ens sociale arv og ens  
155 bopæl og så videre og så videre. Vi har en langt større frihed til at handle nu. Men man var jo  
156 ikke sat i bås af et, på en eller anden måde så tog, det system som satte en i en bås, det tog  
157 man for givet, det gør man ikke mere, man er blevet reflektiv over systemet, der sætter en i  
158 bås og derfor gør man oprør mod det.

159

160 X: Okay, men altså den her nostalgiske tendens og tendensen til at se tilbage, er det noget, er  
161 det et bestemt segment der er tale om, eller er det generelt?

162

163 Y: Nej, jeg tror ikke, altså jeg vil godt anfægte en lille smule, at der skulle være en nostalgisk  
164 forbruger. Øhm. Jeg tror der er en række forbrugere, der på forskellig vis og i forskellige  
165 sammenhænge leder efter, hvad skal man sige, alternativer til det store, enkle, convenience  
166 baserede og praktiske og dybt funktionelle system. Altså, og det kan godt kobles til nostalgi,  
167 men det er jo ikke kun nostalgi. Fordi, når man, altså når man går i en fødevarer specialbutik,  
168 så kan man selvfølgelig godt have en idé om, at der var engang, hvor fødevarerproduktion var  
169 enklere, dyrevelfærden var højere, grisen havde krølle på halen og gik ude på marken og det  
170 gjorde koen også og så videre og så videre. Og det var der jo også, men der var også nogle ting  
171 ved det, som vi måske ikke så gerne vil have tilbage, vi vil jo også gerne have moderne  
172 fødevarer sikkerhed og så videre og så videre ikk.

173

174 X: Ja.

175

176 Y: Så det er ikke rendyrket nostalgi, men der er en nostalgisk længsel efter en ægte vare, en  
177 vare der ikke er, så at sige, pakket ind i en, sådan industrialiseret og ret uigennemskuelig  
178 produktionsform og hvor mange tilsætningsstoffer er der lavet til og hvad er der lagt i

179 hamburgerryggen inden den kommer i køledisken og hvor meget vand er der kommet i og  
180 nitrits saltning og dit og dat. Ikk. Så nostalgien her, har også noget at gøre med en længsel  
181 efter enkelthed og gennemskuelighe d ikk. Altså hvis, det moderne varesamfund er jo meget  
182 uigennemskueligt ikk. Hvis man går, står ovre i Bilka og så skal man have en pose kaffe, og det  
183 er de færreste der gør sig nogen tanke om, jamen, eller der kan gennemskue, hvad har den her  
184 pose kaffe været igennem? Og det er jo så et spørgsmål som flere og flere forbrugere stiller  
185 sig. "Hvad har den her pose kaffe været igennem?" Dels fordi man spør, det den har været  
186 igennem, det bliver jo også en del af mig, så du er hvad du spiser og jeg skal jo være overbevist  
187 om, at jeg ikke spiser noget, der ikke hører til i min krop. Øh.. På den ene side og på den anden  
188 side, det her med at kunne gennemskue tingene. Så nostalgien er også et, altså, paradoksalt  
189 noget, både en søgen efter en enkelthed og efter krummelurer, ikk. Fordi den her, det  
190 moderne hyperfunktionelle markedssystem, øh, som på en måde er enkelt, at du kan få det alt  
191 sammen i Bilka, og meget nemt at gå til, og du kan få det alt sammen online shopping og så  
192 videre og så videre, men du kan ikke helt gennemskue hvad det er du får. Det er ikke særlig  
193 transparent, det er enkelt at gå til, men det er ikke særlig transparent. Øhm.

194

195 X: Men hvad så når vi køber genbrugsting, kan vi så gennemskue hvad det er eller hvad? Er  
196 det sådan...

197

198 Y: Jamen altså genbrugsting er øhm, jeg tror genbrugsting kan være nostalgi, men jeg tror ikke  
199 det behøver at være det. Det kan også være en søgen efter noget der er unikt, som jeg sagde  
200 før ikk. Efter noget der er, og det kan være en øh, altså, det der får IKEA hjemmet til i øvrigt  
201 ikk, til at se hyggeligt ud. Den ting, der ligesom personificerer og personaliserer det rum man  
202 ellers har set ude i IKEA som så meget fint ud, så det har man sådan set købt, mere eller  
203 mindre wholesale ikk. Så øhm. Øh. Nostalgi, ja. Men også mange andre ting.

204

205 X: Men hvad så, hvis vi snakker om den fascination, der eksisterer sådan af fortidens kultur,  
206 hvis vi snakker på sociale medier, Pinterest for eksempel, der er det meget normalt at dele  
207 billeder sådan af 50'erne, 60'erne og 70'erne og det er meget normalt at købe plakater fra de  
208 tider også og...

209

210 Y: Jeg tror det handler om, at man har sådan en idé om at øh... At der var bedre, altså, bedre  
211 plads til menneskelige relationer dengang. Man har sådan en idé om, at øh, den moderne  
212 effektiviseringsproces, rationaliseringsproces og så videre og så videre, ledelsesprocesser og  
213 alting, øh, fjerner os fra hinanden og gøre os mere skal vi sige, altså, jamen godt nok bliver vi  
214 mere kompetitive og det skal vi også være, fordi Kineserne er det og alt det der, men det har  
215 også nogle negative konsekvenser på, at vi er, hvad skal man sige, vi er brikker i sådan et  
216 maskineri. Og det er for at slippe for rollen som brikker i et maskineri, altså det... Og der  
217 spiller det jo sammen med den her idé om, at øh, at man stadigvæk er unik, altså det her med  
218 at genbrug både udtrykker ens unikke personlighed, og på en eller anden måde henleder  
219 tankerne på en tid, hvor øh, hvor tilværelsen var enklere og vi havde en, vi kom hinanden, vi  
220 havde mere tid til at komme hinanden ved, som det hedder med et lidt for slidt udtryk.

221

222 X: Men, altså, prøver vi så, hvis man så køber noget der afbilder fortiden, hvad er det så man  
223 prøver at købe sig til? Hvilke værdier er det de her ting de repræsenterer og behov de  
224 dækker?

225

226 Y: Jamen altså jeg ved ikke om de dækker noget. Det er jo igen et konglomerat af behov for  
227 enkelthed, gennemskelighed, men også individualitet, rødder måske ikk, i en eller anden  
228 forstand, i en tid hvor man kan føle sig rodløs og identitetsløs og så videre og så videre. Øhm.  
229 Det vi selvfølgelig glemmer i den sammenhæng, det er at vi har selv villet moderniteten, fordi  
230 dengang vi var rodfæstede, så var vi også låste, vi kunne jo ikke flytte os rundt, det var ikke så  
231 nemt at flytte sig, hverken fra land til byen eller i samfundet i det hele taget og så videre og så  
232 videre. Så rodløsheden kommer selvfølgelig som en konsekvens af friheden, friheden vil vi jo  
233 ikke så gerne opgive, nu bruger vi så vores frihed til at prøve at genskabe sådan en  
234 rodfæstethed og det tror jeg det er meget det nostalgien går på, det er tanken om at der var  
235 engang, hvor vi var rodfæstede, ikk. You never miss the never till the wells run dry, som det  
236 hedder i det engelske eller det amerikanske ordsprog. Og det er jo lidt det altså, det er  
237 længslen efter det tabte.

238

239 X: Ja, okay.

240

241 Y: Eller som det hedder i en norsk roman: "Evigt ejes kun det tabte". Altså fordi, når det først  
242 er tabt, så er det jo væk i den forstand, og så kan det leve videre som en myte. Mens hvis det  
243 stadigvæk er her, så ved vi jo godt, at der er ingen der kan bade i den samme flod to gange, og  
244 det bliver ved med, alting forandrer sig. Alt der eksisterer forandrer sig. Det er først når det  
245 ikke eksisterer mere, så overgår det til uforanderlighed, ikk.

246

247 X: Men altså, vil du mene at det her går ud over bare at være en trend, eller det er simpelthen  
248 en...

249

250 Y: Ja, det tror jeg. Jeg tror det er dybt. Der igen, må jeg henvise til Stephen Brown. Jeg tror det  
251 er dybt indlejret i sådan en, i en reflektiv postmoderne kultur som en mulighed af mange, men  
252 en mulighed der fremstår som interessant fordi det øh, den tilbyder noget af den  
253 rodfæstethed som vi som moderne mennesker må erkende at vi har tabt. Fordi vi også gerne  
254 vil have frihed og man kan altså ikke både have rodfæstethed og frihed, det er sådan en, så  
255 hvis vi ikke har rodfæstethed så må vi prøve at opfinde en – og en af tingene det er jo at vende  
256 sig mod det nostalgiske.

257

258 X: Ja, okay. Øhm, det her, altså forbruget sådan med at købe genbrugsting og med at være  
259 fascineret af øh, 50'erne og 60'erne og 70'erne og hvad det nu er... Øhm... Hvorledes kan det  
260 være en faktor i vores identitetsdannelse?

261

262 Y: Jo men altså. Det kan det jo, fordi vi lever jo i et øh, vi lever i et overkommunikeret samfund,  
263 som nogen har sagt. Altså, der er jo ingen mangel på billeder og kulturelle referencer og da  
264 slet ikke til øh, hvad skal man sige, slet ikke til den her periode, altså 1950'erne og 60'erne,  
265 som, hvad skal man sige, som jo også er den øhm, den sidste halvdel af det tyvende  
266 århundrede er det tidspunkt hvor billederne og lyden, altså hvor der både bliver et billede- og  
267 et lydspor til, ikke bare til en sjælden kulturel oplevelse når man går i biografen, men altså til

268 livet og til hverdagen, ikk. Altså, det er der hvor musikradioen og fjernsynet og hele  
269 underholdningsindustrien går fra at være sådan en lejlighedsvis ting, ikk, altså sådan noget  
270 som eksisterer en gang om året eller måske en gang om måneden, så kunne man tillade sig at  
271 gå i biografen eller i teatret eller noget andet - og til at blive en integreret del af folks liv og  
272 hverdag, og det vil sige, hele vores forestillingsunivers om kultur ændrer sig radikalt med at vi  
273 bliver indsovet i kultur, i populærkultur og liv ikk, og derfor, og det falder sammen med  
274 denne her frigørelse også, og derfor kobler vi meget det her med, altså, med forestillingen om  
275 frihed og vi husker 60'erne som dengang da vi gjorde oprør mod... og blev frie mennesker i en  
276 eller anden forstand.

277

278 X: Hvis vi tager det her med nostalgien, fordi jeg har jo den her hypotese, der hedder at der  
279 eksisterer en forbruger, der længes efter et mere, sådan håndgribeligt, eller der længes efter  
280 at have et forhold til fortiden, og måske ønske at have den her fortid i sin fremtid. Altså, på  
281 den måde, hvorvidt synes du så der kan være tale om en nostalgisk forbruger? Altså en, der...

282

283 Y: Altså, jeg tror det er en tendens, som man skal.. Jeg tror ikke den, den gennemsyrrer  
284 formentlig... Det er et meget lille segment så. Hvis du skal finde nogen hvor den gennemsyrrer  
285 alt hvad de gør, så er det sådan lidt, så er det lidt øh, altså...

286

287 X: Men jeg mener også kun i visse købssituationer.

288

289 Y: Ja, fordi altså, vi er jo ikke, det er jo de færreste af os, der er Frank Bonderøv sådan til  
290 hverdag, men øh, jeg ved ikke om, øh, en anden bog, som du måske med fordel kunne læse er  
291 Karen Sybergs hvad hedder den, drømmen om det simple liv, eller sådan, øh, det kan jeg ikke  
292 lige huske...

293

294 X: Men jeg mener faktisk bare, altså, den forbruger, der køber en sofa nede i genbrug og køber  
295 LP'er til pladespilleren og har en plakat hængende, en gammel reklameplakat. Altså den



296 forbruger, hvorvidt kan det sådan tænkes, at det er en nostalgisk forbruger, der sådan er lidt  
297 fascineret af fortiden, øhm...

298

299 Y: Jo, men der er jo mange fascinationer altså, fordi, det kan jo godt være en nostalgisk  
300 forbruger, som er fascineret af et stilistisk univers, ikk, altså, min kone er lidt, altså hvis hun  
301 ser sådan et eller andet sådan funktionalistisk 50'er eller 60'er ting, så bliver hun sådan lidt  
302 blød i knæene, og ej det er altså ikk. Det er for mig at se noget andet, fordi hun har ingen idé  
303 om, hvordan, altså hun er født i 1971 ikk, hun har ingen idé om hvordan, hun har ikke engang  
304 levet i 60'erne vel, det har jeg dog, trods alt ikk, hun har ingen idé om hvordan det var, men  
305 men men, og derfor er det også, der kan sagtens ligge bare en fascination af et stilistisk  
306 univers, som man igen, tilbage til det med populærkulturen og massekulturen, som man godt  
307 kender fra en masse billeder, og fra en masse film, og med et lydspor til, man kan høre  
308 pladespilleren spille et eller andet, My Boy Lollypop i baggrunden eller sådan et eller andet  
309 ikk, øhm, fra 1963, en af min mors yndlingsplader, så derfor kender jeg den godt, ja... Og det  
310 vil sige, at der bliver det bare et rent stilistisk udtryk og det kunne lige så godt have været et  
311 andet stilistisk udtryk, det kunne lige så godt have været, jamen øh, chester, engelsk  
312 chesterfield stil. Et forsøg på at genskabe klunkestil, eller moderne minimalisme med helt  
313 hvide vægge og kun enkelte lille træting fra ens rejse til Borneo, en eller anden gang da man  
314 var på rygsæk tur dernede ikk, som bare er ikonificeret midt på væggen der, som sådan et  
315 udtryk for at jeg ejer verden, jeg har været hele vejen rundt i den. Eller hvad det nu kunne... Så  
316 det er også, man skal passe på ikke altid, at fortolke enhver, hvad skal man sige, fortidig  
317 reference, som en ren og skær nostalgi, fordi fortiden også bare er blevet et stilistisk univers  
318 vi kan trække på. Altså når folk øhm, holder af stenaldermad, så kan det jo skyldes mange ting,  
319 det kan jo skyldes at de mener at man spiste sundt og rent og sådan naturligt dengang, og så  
320 ved arkæologerne og paleohistorikerne godt at det er det rene idioti ikk, fordi, der var ingen  
321 der spiste sådan som, men det kan så være en drøm, men det kan også være fordi man rent  
322 faktisk synes at den her type mad, den bekommer mig egentlig meget bedre end sushi og den  
323 slags, som mange andre er begejstrede for, som også er sundhedsorienterede, men jeg kan  
324 bare ikke lide rå fisk og hvad ved jeg. Øhm. Så øhm. Tingene bliver blandet sammen på en  
325 underlig måde i dagens forbrugersamfund, fordi vi er ikke, vi er hele tiden klare over, at det vi  
326 forbruger er udtryk for et bestemt stilistisk univers. Og det stilistiske univers det kan være

327 æstetisk eller det kan være, hvad skal man sige, politisk: "Jeg ku godt li dengang en mand var  
328 en mand og en bøsse det var noget man skød med." Den slags, ikk. Og så ja, jeg er imod  
329 homoægteskaber og adoption og kunstig befrugtning til same-sex parforhold og alt sådan  
330 noget lignende, fordi det er jo også en form for nostalgi. Det er ikke en form for nostalgi, som  
331 mange af dem du ellers måske interviewer eller opfatter som nostalgikere, ville være særlig  
332 begejstrede for, for en hel del af de her nostalgikere, de er nok at forvente på den politiske  
333 venstrefløj, for de er udtryk for sådan en skepsis overfor, jamen, alt for meget  
334 industrialisering og alt for meget kommerialisering og tingene bliver ikke lavet med  
335 håndværksmæssig stolthed, og indleven længere, det bliver bare lavet med henblik på at tjene  
336 penge og sådan, det er sådan noget jeg selv er stødt på i min forskning, sådan nogle  
337 holdninger ikk. Så det der med, at motivet for alting det er at tjene penge, og der var engang  
338 hvor der var andre motiver til stede i samfundet ikk. Så der er mange former for nostalgi og  
339 der er mange stilistiske universer, der, på en eller anden måde, kan henføres til en eller anden  
340 form for nostalgi.

341

342 X: Okay. Men det er faktisk Russell Belk her, som du så har arbejdet sammen med, han har jo, i  
343 en artikel som jeg ikke lige kan huske hvad hedder, der har han jo skrevet, at når man køber  
344 genstande fra en tid, som man ikke selv har været en del af, så kan det være et forsøg på, at  
345 bringe fortiden nærmere, øhm...

346

347 Y: Ja, men altså, nu kender jeg jo Russ meget godt, og ja, men det er da også en... Og det *kan*  
348 det være, men det kan også bare, som sagt, øh... Der er andre elementer i også, men  
349 selvfølgelig kan det være et forsøg på at bringe fortiden nærmere, og jeg skal da ikke kunne  
350 sige andet end at det kan da godt være, at én af grundene til at min kone holder meget af den  
351 der 50'er, 60'er stil, det kan da godt være at det er fordi, at hun også har, et eller andet sted, en  
352 idé om at øhm, at øh, der var engang hvor mennesker var lidt mere, hvad skal man sige, jamen  
353 lidt nærmere på hinanden. Fordi hun har også set Jaques Tati film, jeg ved ikke om du kender  
354 dem, men min kone er franskmand nemlig, men dem kan jeg varmt anbefale, fordi de nemlig  
355 er én stor fejring af nostalgien. Der er specielt den, der hedder Mon Oncle, min onkel på dansk,  
356 my uncle på engelsk, men behøver ikke kunne fransk for at se den, for der bliver stort set ikke

357 sagt noget i den, det er en stor fejring af nostalgien, så den synes jeg du skal prøve at bruge et  
358 par timer sammen med.

359

360 X: Hvornår er den fra?

361

362 Y: Mon Oncle, jamen den er fra 1958 eller 62 eller der omkring. Øhm, ja.

363

364 X: Okay. Men altså, som jeg kan høre dig sige, så vil det sige at det her med at være betaget af  
365 fortiden, måske sådan, ønske at der var nogle dele i ens liv, der var ligesom fortiden, at det er  
366 en meget lille del af det. At det bare er en lille del ud af mange.

367

368 Y: Altså, jeg ved ikke om det er en lille del, men det er kun en, altså. Den skal kobles med nogle  
369 andre ting, fordi folk de ikke er, altså, sådan rendyrket nostalgi, at vi skal leve som i  
370 1950'erne, det får du ikke mange med på, fordi man kan også godt konstatere at der er jo sket  
371 mange ting, som vi egentlig nødtigt ville give slip på og give afkald på, ikk. Øh, og det vil sige, at  
372 øh, nostalgien bliver et element i sådan en postmoderne sammensætning af øh, sådan  
373 identitetsskabende platforme som man kan stå på. Og det er der jeg er meget enig med  
374 Stephen Brown ikk, og hans idéer om øh, om nostalgi. Hende jeg tænkte på, der har skrevet  
375 den der bog om længslen efter det enkle liv, hun hedder Karen Schousboe.

376

377 X. Okay. Og den hedder det enkle liv.

378

379 Y: Bogen hedder det enkle liv ja.

380

381 X: Men hvad var det du var ved at komme ind på med Brown?

382

383 Y: Jamen det altså, at han netop ligesom ser nostalgien meget som et postmoderne fænomen.  
384 Altså det er faktisk ikke... At vi kan kun være nostalgiske fordi vi har været moderne, ville  
385 være ikk... At nostalgien på en eller anden måde er ikke længslen, er ikke et udtryk for  
386 længslen efter noget gammelt, eller det er det også. Men det er også udtryk for at vi faktisk  
387 lever i en ganske særlig tidsalder, som følger ovenpå det moderne projekt.

388

389 X: Okay, okay.

390

391 Y: Og det mener han nemlig er en mere nuanceret måde at se på det på, end bare en længsel  
392 efter fortiden, fordi det øh, ikk, jamen øh...

1 **Bilag 6 – Transskribering af interview med Simon Bohlbro**

2

3

4 **X: Interviewperson (Simon Bohlbro)**

5

6 **Y: Interviewer**

7

8

9 Y: Hallo, så! Øhm, ja! For god ordens skyld, mit navn. #0:0:12.2#

10

11 X: Simon Bohlbro #0:0:18.2#

12

13 Y: Og din alder? #0:0:15.5#

14

15 X: 25 #0:0:13.2#

16

17 Y: og din beskæftigelse? #0:0:16.1#

18

19 X: Jeg er ledig? #0:0:18.6#

20

21 Y: du er ledig og hvad er du uddannet som? #0:0:25.2#

22

23 X: Cand. mag. Kommunikation. #0:0:21.2#

24

25 Y: Der er først nogle spørgsmål om den moderne forbrugskultur, her. Hvordan ville du  
26 beskrive den moderne verden og den moderne forbrugskultur? og det kan eventuelt være  
27 med nogle få ord, eller med nogle plusser og minusser eller. #0:0:24.1#

28

29 X: Øh, jeg vil sige at den moderne forbrugskultur, for mig, bærer meget præg af at være brug  
30 og smid væk. Jeg synes der er meget stor fokus på, at man køber, som forbruger, nogle ting,  
31 som skal se godt ud og være funktionelle i et par år, hvorefter det igen skal kasseres. Det er  
32 helt klart den tendens som jeg synes at der findes. #0:1:4.3#

33

34 Y: Okay, og hvis vi så snakker, den måde, som verden er skruet sammen på. Altså den  
35 moderne livsstil, hvordan har du det med den? Altså, den er jo i høj grad bygget op omkring  
36 uddannelse, karriere, forhold og forbrug. Og det hele handler om fremskridt og udvikling?  
37 Hvad synes du om den sammensætning? #0:1:26.6#

38

39 X: Jeg synes godt at det kan virke som om at det går for hurtigt. mange gange. Vi skal skynde  
40 os med at blive færdige, det virker lidt som om at vi på mange måder er ligesom kaninen i  
41 Alice i Eventyrland, der hele tiden er bange for at komme for sent og bliver et rystende  
42 nervevrag. Vi skal skynde os og ikke bare komme igennem skole og uddannelse, men vi skal  
43 sgu også være nummer ét i alt hvad vi gør. Øh, og det samme gælder, når man kommer ud på  
44 arbejdsmarkedet. og jeg synes det lidt er en tendens, som man kan se at der gennemsyrrer  
45 mange led i det samfund, som vi har. At man kan se at kvinder begynder at få børn senere og  
46 senere, fordi de netop skal igennem hele det her pres, med uddannelse, job, karriere, mand  
47 børn, osv. Og der kunne jeg i virkeligheden godt savne at man vendte lidt mere tilbage, til de

48 der lidt mere jordnære værdier. Man kan jo se at vi prøver meget i vores samfund, synes jeg,  
49 at pejle os i retningen af et asiatisk samfund, i forhold til det her med uddannelse for  
50 eksempel ik. Og det sjove er, at i Asien er der jo kommet sådan en modkultur. Særligt i  
51 Sydkorea, der boomer bogsælget jo af danske bøger, der omhandler Grundtvig og hans tanker  
52 om, hvordan samfundet bør indrettes, for eksempel. Der har man simpelthen en modkultur i  
53 sydkorea, som der prøver at trække i den anden retning. Mens vi i Danmark, der prøver at  
54 trække i den asiatiske retning. Så jeg tror måske også at det handler lidt om: hvad er det for  
55 nogle værdier vi efterspørger i vores liv og i vores samfund. Og det virker så til at være noget  
56 med, at tingene skal gå hurtigt og det skal være godt. #0:3:8.9#

57  
58 Y: Okay, meget god start. Hvad tager din energi og bekymrer dig, sådan i forhold til den  
59 verden vi lever i? Hvad kan gøre dig usikker i forhold til hverdagen og det moderne samfund?  
60 Sådan? #0:3:27.5#

61  
62 X: Øh, nu er jeg jo ledig for eksempel. Så det er da en stor bekymring for mig om jeg får et job  
63 for eksempel. Indenfor den periode, hvor man kan være på dagpenge, som jo er to år. Og i  
64 virkeligheden, så lyder det jo åndsvagt, for jeg har jo kun været ledig i et par måneder. Men  
65 det er hele tiden den der tanke om at jo længere tid, man er ledig. Jo længere væk kommer  
66 man fra arbejdsmarkedet, så er der andre der bliver uddannet, som måske kommer før i køen,  
67 end en selv, for eksempel. Og hele det her med, hvordan skal man så få en økonomi til at  
68 hænge samme, når man står og er midt i 20'erne og om nogle år måske skal til at tænke i børn  
69 og hus osv. Så helt klart, det her med økonomi og job. Det spiller en stor rolle. #0:4:47.6#

70  
71 Y: Tror du der lægger noget dybere i det? Altså sådan at, det, jeg ved ikke hvordan jeg skal sige  
72 det. Er du nervøs for om du nu klarer den, om du får et job, om du får en karriere om livet det  
73 går op? #0:4:37.9# #0:4:41.4#

74  
75 X: Ja, altså et eller andet sted, fordi det er jo det der forventes af en. Der er jo en eller anden  
76 form for pres fra det omkringliggende samfund for at nu har man jo fået en  
77 kandidatuddannelse betalt af staten og nu skal man også levere noget tilbage og det vil jeg jo  
78 rigtig gerne, men det er klart at det lægger da også et eller andet form for pres på mine  
79 skuldre om at jeg skal eddermame til at skynde mig og komme igennem, så ja, det mener jeg  
80 helt klart. Der er også nogle udefrastaende faktorer, der spiller ind i forhold til det? #0:5:9.3#

81  
82 Y: Hvordan virker fremtiden for dig, i den verden vi lever i? Er den spændende eller er den  
83 skræmmende? #0:5:16.9#

84  
85 X: Jeg synes det er lidt både og. Nu kan man sige, nu er jeg nok også den lidt atypiske 25 årige,  
86 men jeg er ikke sikker på at jeg sådan bryder mig om, den udvikling, der sker indenfor  
87 teknologi, den teknologiske udvikling. Altså sådan noget med at flere og flere ting varetages af  
88 robotter for eksempel. Mere og mere bliver digitaliseret, altså. At man skubber i  
89 virkeligheden, mere væk, fra borgeren selv og over i icloud eller over i nogle digitale  
90 løsninger. Så på den måde synes jeg at, det kan jo være skræmmende, men selvfølgelig kan  
91 der også være nogle gode ting i det. At man måske som borger, får flere muligheder, for at  
92 vælge, hvad det er man vil. Men jeg synes klart at der er nogle udfordringer i det. og nogle  
93 etiske spørgsmål i det også, som jeg slet ikke mener at man har taget hul på endnu. Altså.  
94 Brugen af droner, fileksempel ik. Det kan bruges til rigtig meget, rigtig godt. Men man har jo

95 simpelthen ikke sat sig ned og diskuteret etikken af, om det er godt eller dårligt at bruge  
96 droner i krig eller andet for eksempel ik. Lovgivningen halter jo også bagefter på det område,  
97 kan man jo se. #0:6:38.2#

98  
99 Y: Men er der andre ting, der også gør dig nervøs og er der nogle ting, som du synes ser  
100 spændende ud og som du måske glæder dig til i fremtiden? Eller er det sådan, er det mest et  
101 mørkt billede, du sådan har af fremtiden? #0:6:56.3#

102  
103 X: Njah. Eller ja, det er det måske nok, altså. Måske er jeg i virkeligheden, lidt pessimistisk på  
104 fremtidens vegne. Ikke så meget i forhold til mig selv i virkeligheden, men måske mere i  
105 forhold til. #0:7:7.1#

106  
107 SLUT #0:7:7.1# #0:0:0.0#

108  
109 Ny optagelse: #0:0:0.0#

110  
111 Y: Hvor kom vi fra. #0:0:9.2#

112  
113 X: Vi snakkede noget om, hvorvidt jeg var pessimistisk i virkeligheden, på fremtidens vegne.  
114 og det tror jeg faktisk i virkeligheden at jeg i høj grad er. Særligt i forhold til den  
115 samfundsudvikling, som jeg synes at man kan se. Altså, det kan man jo se på mange forskellig  
116 niveauer i samfundet, synes jeg, altså. Jamen man... i forhold til det politiker-led, der for  
117 eksempel også findes. Den er jo blevet tiltalende gennem de sidste mange år. Ved seneste  
118 folketingsvalg. Godt nok så havde vi måske en høj stemmeandel, som ligger traditionelt, lidt  
119 over de 90%, men antallet af blanke stemmer for eksempel, slog rekord. og det ser jeg lidt  
120 som et udtryk for en politikerlede, der også nager det samfund vi lever i. Folk er sgu lidt  
121 ligeglade, for det er det samme - uanset hvor man går hen. Så har man jo også været lidt inde  
122 omkring det her med teknologien, som jeg jo også synes at der spiller en stor rolle, i forhold til  
123 samfundet, som vi kommer til at leve i. Jeg synes også man ser en frygtelig historieløshed,  
124 blandt min egen generation. Af mennesker, som der ikke gider at beskæftige sig med, hvad der  
125 skete før 1990, for der var de ikke selv født. Ting som reality-programmer, med paradise hotel  
126 og bikini island og så videre. Det ser jeg som et udtryk for at man er ved at fordumme flere  
127 generationer ud i fremtiden, og det bryder jeg mig ikke om. Så på den måde, så tillader jeg mig  
128 at være lidt pessimistisk, for fremtiden. #0:1:59.9#

129  
130 Y: Er du tilfreds med det moderne liv? Finder du ro i det? Befinder du dig godt i det her?  
131 #0:2:14.5#

132  
133 X: jah, altså ja, på mange måder, fordi, den måde, som vi har indrettet os på, i hvert fald i  
134 Danmark, synes jeg er meget betryggende, med den her stærke velfærdsstat, som der jo  
135 passer på borgeren, fra vugge til grav. Altså, jeg ved at jeg vokser op i et land, og det gør mine  
136 børn forhåbentlig også, i et land, hvor der er fred og ro, ingen krig, gratis skole, uddannelse,  
137 sundhedshjælp øh. Ja, det kan jeg i hvert fald godt lide. Så kan man så sige, at der er jo  
138 selvfølgelig det, der trækker det lidt i den anden retning. Det her med arbejdspresset og  
139 arbejdsbyrden. Skal man i virkeligheden blive på sin plads på arbejdspladsen, fra man er  
140 nogle og 20 til man nærmest ikke kan gå længere. Man ser jo hele tiden at pensionsalderen  
141 bliver hævet, fordi at man skal holde folk på arbejdsmarkedet, for at sikre skatteindtægter og

142 så videre. Altså jeg kunne da godt forestille mig, at når jeg begynder at komme oop i 50'erne,  
143 at så har man hævet pensionsalderen til 75. Simpelthen fordi, det er det der er tendensen. Og  
144 så ved jeg ikke om vi bliver ved med at synes det er så sjovt mere, men det er jo som sagt  
145 heller ikke noget man ved med sikkerhed endnu, men det er det der sådan kunne trække det i  
146 den anden retning, i forhold til det moderne liv. Men overordnet - trygt og godt. Jeg er meget  
147 tilfreds med den måde, som det fungerer. #0:3:49.0#

148  
149 Y: Nu går vi lidt mere over i noget omkring det nostalgiske, noget om længsel. Altså vil du sige  
150 at du er nostalgisk? Længes du nogle gange efter noget i livet og den moderne verden? Altså  
151 er der noget der er for lidt af, er der noget du kunne tænke dig mere af? og her tænker jeg  
152 sådan i forhold til relationer, fællesskab, frihed og stress og simpelhed? #0:4:13.5#

153  
154 X: Altså jeg synes at sådan noget som tilgængelighed mellem mennesker, det har jeg en idé om  
155 at det var sgu lettere før mobil telefonen blev opfundet for eksempel. Det der med at så kunne  
156 man ringe til et fastnetnummer eller man kunne gå over og banke på hos folk. Man stod ikke  
157 til rådighed på samme måde dengang, som man er nu, hvor man i princippet står til rådighed  
158 for alle mennesker 24 i døgnet. Så jeg kan da godt have. Jeg kan da godt have sådan lidt en idé  
159 om at tingene var nemmere i gamle dage, fordi hvis man ville nogen noget, jamen så gik man  
160 over og bankede på og snakkede med folk. eller man ringede til dem, for om de overhovedet  
161 var hjemme og hvis de ikke var hjemme, jamen så kunne man ikke bare gå ind og tjekke på  
162 Facebook, hvor de havde været sidst eller noget. Jamen så måtte man væbne sig med  
163 tålmodighed og vente på at de dukkede op, et eller andet sted. #0:5:22.4#

164  
165 Y: Synes du samtidig så at man kom lidt mere hinanden ved dengang? #0:5:21.9#

166  
167 X: Ja, det har jeg da lidt en idé om, fordi at man jo kun snakkede med folk, når man så dem. Jeg  
168 tror ikke at det var alle der ringede til hinanden hele tiden, for eksempel. Så jeg har da en idé  
169 om at mange af lokalfællesskaberne måske har været stærkere altså ik. Nu bor jeg selv i  
170 lejlighed og kender alle mine overboer og underboer og naboer og så videre, men jeg kunne  
171 da godt forestille mig, at der er mange mennesker, der lever dør om dør med nogle andre, som  
172 de ikke kender fordi de ikke snakker med dem. Og det har jeg da en idé om, at man gjorde  
173 meget mere før i tiden. Så det kunne jeg da godt savne. #0:6:1.5#

174  
175 Y: Så det kunne du godt tænke dig? #0:6:5.3#

176  
177 X: Ja, et eller andet sted. Det kunne jeg altså godt. Så på den måde tror jeg da helt sikkert at jeg  
178 er nostalgisk anlagt, på den måde. #0:6:9.8#

179  
180 Y: Nutiden, den er præget af at vi har en stor mængde frihed og man er ligesom herre over sin  
181 egen skæbne. Savner du rammer i dit liv, sådan at beslutningerne var taget lidt mere på  
182 forhånd, eller kan du godt lide at have den der frihed? #0:6:27.5#

183  
184 X: Jeg vil sige, det er jo lidt frihed under ansvar. Og det kan jeg i virkeligheden godt lide. Jeg  
185 kan godt lide at samfundet ligesom opstiller nogle rammer, men at man selv ligesom  
186 mennesker skal være i stand til at kunne fylde dem ud. Så er det klart, der vil altid være nogle  
187 mennesker, som falder udenfor den kategori, som har brug for at der er nogen der ligesom  
188 tager vare om dem og som ikke er så gode til det. Men jeg kan godt lide idéen om at man selv



189 skal handle, for at der sker dig noget. For ellers tror jeg der ville være for mange mennesker  
190 der faldt tilbage på, bare at tænke: Jeg behøver ikke selv at skulle tage stilling til noget, det er  
191 der nogle andre der klarer for mig. Så jeg synes det er en god måde ligesom at få aktiveret  
192 nogle mennesker, til ligesom selv at tage en handling. Hvad enten det er at skulle se nogle eller  
193 at skulle gøre noget hos den, for at opfylde deres mål. #0:7:25.4#

194

195 Y: Ja, jeg ved ikke om det er en anden boldgade det her. Men har du noget du dagdrømmer om  
196 i forhold til livet. Noget du går og fantaserer om? Hvordan ser drømme-dagligdagen ud for  
197 dig? #0:7:43.4#

198

199 X: Det er et svært spørgsmål. Vi dagdrømmer jo selvfølgelig allesammen om en tilværelse. Jeg  
200 tror, det der ligesom er min drøm i hvert fald, på nuværende tidspunkt, det er det her med at  
201 få styr på min tilværelse i virkeligheden altså ik. Som vi også har været inde på, altså: Få et  
202 job, der giver nogle penge, så man ligesom kan udleve de drømme eller de visioner, som man  
203 har for livet. Ja! ja, men det er også et svært spørgsmål, fordi man.. Selvfølgelig så drømmer  
204 alle mennesker jo om et eller andet, om at udleve sig selv. Det kunne da også være sygt fedt at  
205 være pensioneret rockstjerne, der har levet det vilde liv. #0:8:56.3#

206

207 Y: Men jeg tror, som du siger at der er mange der drømmer om, at tingene bare går op.  
208 #0:9:7.2#

209

210 X: Ja, altså sådan er det i hvert fald for mig. Det er i hvertfald den dagdrøm, som jeg har lige pt.  
211 som jo også skyldes den situation jeg står i, lige pt. #0:9:19.3#

212

213 SLUT #0:9:19.3#

214

215 Ny optagelse #0:0:0.0#

216

217 Y: Så går vi videre til noget omkring fortiden. Er du fascineret af fortiden? og hvilke dele af  
218 fortiden er du så fascineret af, hvis det er? #0:0:19.0#

219

220 X: Helt klart. Jeg kommer selv fra et meget politisk hjem, hvor mine forældre begge to var,  
221 hvad man kunne kalde gamle hippier, som var unge i slut 60'erne og starten af 70'erne. Og når  
222 de ligesom fortæller om den tid, og den måde det politiske liv var på i 60'erne og 70'erne. Så  
223 har jeg klart en romantisk forestilling om, at jeg ville passe bedre ind i den tid, end jeg gør i  
224 min nutid. Plus at der er mange af mine veninder, der lidt med et glimt i øjet kalder mig lidt af  
225 en morfar. Fordi jeg interesserer mig enorm meget for historie. Og har en eller anden evne til  
226 at kunne fortælle om ting, som jeg aldrig selv har oplevet, på en måde, som om jeg var der  
227 selv. og det tror jeg helt klart også har noget at gøre med den indlevelse, som jeg ligger i, hvad  
228 der er sket i fortiden. og jeg har også en idé om, at det politiske liv og den måde, som tingene  
229 var skruet sammen på, at den var federe. i sær også i forhold til musikken, som jeg jo også  
230 dyrker rigtig meget. Med alt det der kom frem, sådan med beatles, the doors, Bob Dylan osv.  
231 og hele den samfundsånd, der ligesom gennemsyrrer totalt efter 2. verdenskrig. Nu skulle man  
232 til at dyrke nogle andre værdier. Noget mere nærvær og kærlighed og det skulle være slut  
233 med krig, nogensinde igen. Hele den der idealisme, som der var i ungdommen den gang. Altså  
234 at de ligesom formåede at gøre oprør mod det, som de syntes var forkert eller forkasteligt i  
235 samfundet. Den er jo fuldstændig væk i dag. Der er ikke nogen, eller har ikke været nogen

236 daglige demonstrationer mod irak-krigen eller krigen i Afghanistan, der har ikke været nogle  
237 daglige demonstrationer mod fremdriftsreformen. Eller nogle nævneværdige  
238 studienedlæggelser eller noget som helst andet. På mange måder synes jeg også at det virker  
239 som om at man er blevet lidt for magelig i det samfund som vi lever i nu, hvor man måske  
240 tidligere skulle kæmpe mere for at opnå de ting, som vi tager for givet i dag. og jeg tror den  
241 der kamp for at få bedre vilkår, ville jeg måske i virkeligheden gerne have været en del af. Så  
242 den der dagdrøm om at komme tilbage, i den der periode, hvor det hele foregik, passer mig  
243 egentlig rigtig godt. Så ja! #0:3:19.4#  
244  
245 Y: Så man kan vist godt sige, at du kan være nostalgisk? og at du kan længes efter dele af  
246 fortiden? #0:3:36.7#  
247  
248 X: Ja, sagtens! #0:3:30.9#  
249  
250 Y: Hvad er det fortiden kan, som nutiden ikke kan? #0:3:37.5#  
251  
252 X: Jeg tror det handler meget om, hvad man forestiller sig at nutiden er, i virkeligheden, altså  
253 jeg har en idé om at samfundet måske var mere enkelt i fortiden, den nære fortid.  
254 Efterkrigstiden. Samfundet var mere enkelt indrettet end det er nu. Jeg har også været lidt  
255 inde på det, i forhold til tilgængelighed og i forhold til den politiske aktivisme, den her lidt  
256 samfundsengagement, som jeg også synes der lidt mangler i nutiden, men jeg tror også at  
257 fortiden, kan være et redskab for mange, til ligesom at forestille sig, hvordan verden på mange  
258 måder kunne være bedre. og så er det jo klart. Så vender man jo blikket bagud, for man kan jo  
259 ikke skue fremad på den måde. Så på mange måder, så tror jeg fortiden kan være sådan en  
260 slags forstærkende kanal, hvad mange folk i virkeligheden gerne vil og så henter de deres  
261 inspiration derfra. Så det er det jeg mener at fortiden helt klart kan. #0:4:53.7#  
262  
263 Y: og hvad er det så nutiden ikke kan, der? #0:4:57.6#  
264  
265 X: Jamen det er jo svært at tage nutiden og så sige, hvordan man kan gøre det bedre. Det er i  
266 hvert fald svært synes jeg at tage nogle elementer, fra de seneste ti år og så sige, dem kan vi  
267 bruge til at gøre det bedre om 30 år for eksempel. Nutiden er jo ligesom det billede på det  
268 samfund vi lever i hver dag, men det er ikke der man henter inspiration til samfundets  
269 samfund. Det tror jeg hele tiden at man tager bagfra, et eller andet sted. #0:5:36.7#  
270  
271 Y: Vil du sige at der er nogle dele af... altså du snakker om 60'erne og 70'erne før. Er det de  
272 dele af fortiden du er mest betaget af? #0:5:51.1#  
273  
274 X: Ja, det er det nok. Det er i hvert fald de dele af fortiden, hvor jeg helst ville have levet. Man  
275 kan sige, der er jo også nogle fede ting ved 50'erne, den økonomiske opblomstring. Fredstiden  
276 efter krigen og så videre. #0:6:4.5#  
277  
278 Y: Men generelt den her fortid du snakker om før. Hvorfor et billede har du af den? Altså  
279 hvordan forestiller du dig livet dengang og hvorledes var det bedre/dårligere end det vi har  
280 nu? #0:6:18.7#  
281

282 X: Jeg forestiller mig på mange måder, at samfundet var mere enkelt indrettet. og med  
283 enkelthed, der mener jeg at der var nogle lidt mere klare og faste rammer, i forhold til, hvad  
284 man gjorde. At man gik i skole og så blev man jo typisk udlært inden for et håndværksfag og  
285 fik et arbejde. Og levede så ellers lykkeligt. Eller det er i hvert fald lidt mit billede af det. Der  
286 var måske i virkeligheden ikke så mange af de frie valgmuligheder, som man har i dag.  
287 #0:7:9.8#  
288  
289 Y: Men du snakkede om, at du godt kunne lide friheden, men friheden er den dengang?  
290 #0:7:14.3#  
291  
292 X: Selvfølgelig havde man dengang også friheden, men det var bare de færreste der havde  
293 mulighed for det. #0:7:17.6#  
294  
295 Y: men friheden og mulighederne i dag, skaber den så anledning til bekymring? #0:7:26.3#  
296  
297 X: Jeg tror for meget frihed, kan være. Jeg tænker på, hvis man nu tager  
298 uddannelsessituationen igen. Hvis man udbyder over 500 uddannelser, videregående  
299 uddannelser, samlet set i hele danmark. Men så er det jo klart, noget af det kan man jo ikke  
300 leve af. Det giver jo ikke nogen mening, at man uddanner 30 religionshistorikere om året i  
301 danmark, hvis der kun er brug for to for eksempel. og der tror jeg så at friheden, sådan  
302 ligesom kan blive for meget. Men i det hele tiden muligheden for at vælge, synes jeg er fedt, for  
303 det har man måske ikke haft tidligere. Tidligere levede man måske lidt mere efter at hvis far  
304 har været uddannet som skomager, så bliver jeg selv skomager, og hvis min far er uddannet  
305 som smed, så kommer jeg selv i lære som smed og så videre og så videre og så videre. Den der  
306 form for sociale arv, men den begynder man jo i høj grad også at bryde med i 60'erne og  
307 70'erne, i hvert fald uddannelsesmæssigt. Med fremblomstringen af universiteterne osv. men  
308 der har jeg bare et indtryk af, at det var ikke så meget, man udbød færre uddannelse man  
309 havde simpelthen nogle uddannelser der var skræddersyet tæt, hvad er det for et behov der  
310 er her i samfundet, hvor at jeg synes at der er sket en ekspansion, hvor man simpelthen siger,  
311 jamen nu udbyder vi bare, hvad som helst nærmest, for så længe der er folk der vil læse det, så  
312 skal vi oprette det som uddannelsesinstitution. og det er der, hvor jeg mener at friheden  
313 ligesom kan blive for meget i det samfund vi har i dag, i forhold til den opfattelse jeg har af  
314 samfundet i 60'erne og 70'erne. #0:9:12.2#  
315  
316 Y: Du var før inde på at du har en forestilling om at det var mere enkelt dengang? Tror du også  
317 det var mere trygt og sikker på den måde? #0:9:25.2#  
318  
319 X: Det tror jeg faktisk ikke. 60'erne og 70'erne er for mig at se, også en periode, med enorm  
320 politisk ustabilitet. Man havde tonsvis af terroraktioner i europa, noget som vi jo ikke ser i  
321 dag. Man ser ikke de der revolutionære oprørsgrupper der kidnapper og slår ihjel, og begår  
322 bankrøverier i en væsentlig andet grad og støtte terror organisationer. Så jeg tror ikke at det  
323 var mere trygt dengang, på nogen måde. Jeg tror faktisk at det er blevet tryggere og tryggere i  
324 det samfund vi lever i nu. #0:10:10.0#  
325  
326 Y: Og hvad så, hvis vi snakker i hjemmet. Altså tryghed i ens liv, i ens karriere, i ens relationer.  
327 #0:10:18.5#  
328

329 X: Det synes jeg er svært at sige, for igen, så synes jeg også det er sådan lidt konjunktur  
330 afhængigt. Vi har lige haft en finanskriser og mange snakker om om den overhovedet er  
331 overstået eller ej. Men det er jo klart det har været med til at skabe enorm utryghed hos folk.  
332 Mistede de deres arbejde, hvad skulle de gøre. hvad med hus og bil og boliglån osv. Så det tror  
333 jeg på mange måder er sådan lidt konjunktur-afhængigt. fordi det så man jo også tilbage i  
334 60'erne, 70'erne og 80'erne sågar. Altså med bilfrie søndage pga. oliekrisen osv., som er ting  
335 man slet ikke forestille sig i dag med det overflodssamfund vi har. Så jeg ved ikke, jeg ved ikke  
336 hvordan sådan tryghedstilstanden sådan ligesom har ændret sig. Jeg tror måske at man levede  
337 lidt mere i nogle faste forhold, dengang. Altså at... i dag synes jeg bare at der kan man jo godt  
338 leve i mange forskellige former for parforhold, for eksempel, hvor i gamle dage, der levede  
339 man jo typisk i et traditionelt ketroseksuelt parforhold. Det var ligesom det der udgjorde  
340 hjemmets fire vægge, hvis man kan sige det sådan. og i dag er det jo mere med regnbuefamilie  
341 osv. der er kommet frem. #0:11:47.4#

342  
343 Y: Okay, Hvis vi lige skal gå tilbage til det billede du har om fortiden. Tror du det billede du har  
344 af fortiden er idylliseret? #0:12:1.6#

345  
346 X: Jeg tror måske i hvert fald at den forestilling jeg har er romantisk. Jeg har jo som sagt ikke  
347 levet der selv. Så jeg kunne godt forestille mig at, jeg tror, der er jo dele af det, som jeg tror der  
348 er rigtigt, i forhold til, hvad jeg siger. Men jeg tror også at der er nogle dele der sådan står for  
349 mig, som sådan en form for skønbillede. #0:12:31.4#

350  
351 Y: Hvad tror du. Den her viden du har om fortiden, hvor har du den fra og hvad tror du der har  
352 skabt den? #0:12:42.0#

353  
354 X: Altså jeg har den nok primært fra mine forældre. Men også mit vidensbegær for simpelthen  
355 at vide noget om historie og samfundsforhold, fordi det er noget som jeg mener man kan  
356 bruge til at trække tråde op til, hvordan tingene fungerer i dag, f.eks. Det har jeg jo fået, ved at  
357 læse bøger, se dokumentarer, snakke med folk der har levet der dengang. #0:13:11.6#

358  
359 Y: Hvor stor en del af ansvaret tror du popkulturen har? Sådan noget som film og fiktion og...  
360 #0:13:23.8#

361  
362 X: Jeg tror klart det spiller en rolle. Men jeg har svært ved at afgøre, hvor stor en rolle, det rent  
363 faktisk spiller. Men der er jo ingen tvivl om at i og med at man kan... Lad os tage LP'en, den  
364 synes jeg er et rigtig rigtig godt eksempel. LP'en som udtryksform har jo eksisteret i over 100  
365 år og den ser ikke ud til at dø, på noget tidspunkt. Det kan godt være at den har en meget lille  
366 markedsandel, på noget der ligger på mellem 2-4 %, men den kommer ikke til at dø. Og det  
367 der ligesom var tidens største trends tilbage i 70'erne, som nævnt før, var jo Beatles, Rolling  
368 Stones, Bob Dylan, Simon and Garfunkel osv osv. og det, at man kan sidde og høre deres ting,  
369 tekster, musikudtryk på plade for eksempel tror jeg da også har en eller anden... er med til  
370 ligesom og at man kan sidde og tænke "ej, hold kæft, hvor var det bare fedt dengang" og "prøv  
371 at lytte til hvad de synger her" ikk. Og som man også kan sige, den her myte, med sex, drugs  
372 and rock & roll, med at man bare levede det fede, bekymringsfrie liv et eller andet sted og  
373 tjente kassen på at lave god musik, uanset om man kunne synge, spille musik i det hele taget,  
374 ik. Så popkulturen spiller da helt klart en rolle i formidlingen af tidens ånd. #0:14:53.8#

375

376 Y: Ja. Hvad så med film? Altså synes du generelt... afbilleder de fortiden på en realistisk måde  
377 eller er det meget romantiseret? #0:15:9.2#  
378

379 X: Jeg synes jo i hvertfald at der er en tendens til at når man snakker om film fra den gang, at  
380 man har en tendens til at tage nogle store film. Som en slags fænomen, som der bare ikke  
381 bliver lavet mere. Det kan jo være sådan noget som God Father filmene og apocalypse now.  
382 Det kan også være nogle af kunstfilmene, Salo feks. kunstfilm ud over det sædvanlige,  
383 grænseoverskridende film, men at man ligesom havde en eller anden form for. At det var  
384 noget der ligesom lå i tidens dna, at man ligesom lavede den her form for film, og der bliver  
385 snakket om det i dag, synes jeg, som noget der ikke kommer til at ske igen, eller som der ikke  
386 er nært forestående i hvert fald. og det kan jo godt være at man i virkeligheden tillægger det  
387 en betydning, fordi det er mange år siden det er sket. Det kan godt være at man om 30-40 år og  
388 siger "hold kæft mand, det var bare noget der var stort for den her epoke fra 00'erne og  
389 10'erne". At man ligesom hiver det ud. Ja. #0:16:25.8#  
390

391 Y: Vil du sige at.. føler du at du kan identificere dig med fortiden i højere grad end nutiden.  
392 eller bare dele af den. #0:16:43.9#  
393

394 X: Ja! #0:16:45.7#  
395

396 Y: Okay, du var også inde på det tidligere måske, men hvilke dele er det helt præcis.  
397 #0:16:47.5#  
398

399 X: Jamen på mange måder føler jeg ikke, at jeg som type eller person passer særlig godt ind i  
400 den måde, vi har indrettet vores samfund på. og det er som sagt i forhold til det er med  
401 historieløsheden, som vi snakkede om før. Meget af det, som man måske kunne snakke om  
402 klassisk dannelse; hvordan snakker man til folk, hvordan spiser man, altså det her med at  
403 læse bøger, altså. På mange måder dyrker et åndsliv, som i virkeligheden er forfattet, eller  
404 andet sted. Den her elendige popkultur vi har i Danmark, som jeg synes, med alt det her  
405 frygtelige reality-tv, som jo i virkeligheden lå på at folk gerne ville se folk knalde på fjernsyn,  
406 hvis du spørger mig, så ja på den måde synes jeg i hvert fald klart at jeg kan identificere mig  
407 med fortiden, hvor min tanke er at man i højere grad dyrkede nogle af de her idealer, vide  
408 noget om historie og vide noget om kunst og samfundsforhold, ting som interesserer mig  
409 meget. #0:18:11.9#  
410

411 Y: Er du blot betaget af fortiden eller er det sådan at du gerne ville at der var nogle ting, her i  
412 den moderne verden, der var ligesom dengang? Er det en betagelse eller er det fordi du gerne  
413 ville have at det var sådan? #0:18:27.6#  
414

415 X: Altså på det kulturelle, ville jeg i hvert fald gerne at det var ligesom i gamle dage. Jeg så  
416 gerne at man på en eller anden måde vendte tilbage til fjernsyns monopolet. ikke at man  
417 nødvendigvis kun behøvede at have én fjernsynskanal, men det med at man rent faktisk har  
418 nogle medieinstitutioner, der påtager sig et ansvar med at... ikke så meget opdrage men mere  
419 oplyse. Folk der sidder og ser det her, altså at man har det her samfundssæt med at folk der  
420 sidder og ser det her, skal sgu også have noget ud af det samfundsmæssigt. Også kulturelt. der  
421 synes jeg der er sket et alt for stort skred i det danske. Altså det gælder sgu lige fra aviser til tv  
422 og radio, altså at man lægger for meget vægt på en åndsløs popkultur fremfor en berigende

423 åndslig popkultur. Så det kunne jeg i hvertfald godt tænke mig at have tilbage, på en eller  
424 anden måde. Men jeg tror meget af det andet jeg har snakket om, er måske mere en betagelse,  
425 altså det her med samfundsforholdene, med ungdomsaktivismen, altså ja. #0:19:51.3#  
426

427 Y: Men du snakkede også om før, at du gerne ville have at der faktisk var noget at kæmpe for,  
428 at vi er for magelige. #0:20:1.8#  
429

430 X: Ja, det synes jeg helt sikkert også at vi er. Altså, folk er jo blevet for dovne, i hvert fald i  
431 Danmark synes jeg. Kigger noget statistik igennem: Man kan se i Paris feks. sidste år var der  
432 380 anmeldte demonstrationer i Paris. Det er mere end én demonstration om dagen. I  
433 danmark der går man jo fandme kun demonstration for noget, hvis det er det ikke regner,  
434 eller hvis vejret ikke lige er helt godt. Det der med at man ligesom vælger at sige, jamen det  
435 regner, så nu går jeg ikke hen og demonstrerer for at flygtninge kan få bedre forhold i  
436 Danmark, eller hvad det nu kunne være. Det synes jeg er en lad holdning til samfundet i  
437 virkeligheden. Så helt klart noget mere aktivisme, at folk ligesom formår at rejse sig op fra  
438 deres stole og sige, "ej, der er fandme noget her i samfundet man gerne vil lave om,, og hvis  
439 politikerne ikke kan, jamen så må jeg ligesom selv prøve at tage skeen i egen hånd og gå ud og  
440 om ikke andet vise min utilfredshed" fremfor at sige, "nå, men der er sikkert 20.000 andre der  
441 går derhen og taler min sag."Det kunne jeg i hvert fald godt tænke mig, at folk kom lidt mere  
442 op af stolene. #0:21:19.0#  
443

444 Y: sommetider, ville du da ligefrem hellere have levet i en anden tid? #0:21:26.8#  
445

446 X: Ja, nogen gange sådan. Det ville jeg helt klart. Ja og så altså, vi er jo lidt tilbage i den samme  
447 rille på LP'en, men ja, jeg tror nogle gange at jeg gerne ville have levet i en anden tid. Det kan  
448 der jo være mange årsager til. Jeg har jo været inde på de fleste af dem kan man vel sige.  
449 #0:21:53.4#  
450

451 Y: Ja, det tror jeg også du har. Men jeg ved ikke om du har noget at tilføje. #0:22:2.1#  
452

453 X: Nej, ikke lige umiddelbart i hvert fald. #0:22:4.5#  
454

455 SLUT #0:22:4.5#  
456

457 Ny optagelse #0:0:0.0#  
458

459 Y: Yes. Så går vi over til selve forbruget. Øhm i hvilken forstand køber du fortidens genstande?  
460 Hvad køber du eksempelvis? #0:0:19.4#  
461

462 X: Jamen det er primært LP'er til min grammofon. Grammofonen er jo i sig selv også et  
463 gammelt køb, kan man sige, og så er det møbler, primært. #0:0:29.8#  
464

465 Y: Vil du sige at du har en præference for fortidens genstande og produkter? #0:0:38.5#  
466

467 X: Ja! Øh, i høj grad. Men det er også fordi at jeg synes man kan se på det håndværk der blev  
468 lavet i gamle dage, at det er sgu noget andet. Et andet eksempel: Jeg bor i en lejlighed der er  
469 bygget i 1898. Da jeg overtog lejligheden, der var der væg til væg gulvtæpper. Som vi fik

470 afdækket. Nedenunder var der det fedeste massive plankegulv. Plankerne var fem cm tykke.  
471 Det slags gulve laver man altså ikke i dag. Der laver man tynde tynde klikgulve, som man lige  
472 kan sætte på, for det er billigere at lave. Vi har et arkitekttegnede spisebord med dertilhørende  
473 stole. er det wegner der har tegnet det eller er det? Jeg tror i hvert fald det er over 50 år  
474 gammelt og det holder endnu. og det er super perfekt. Så jeg synes i forhold til de ting, som  
475 man kan købe i dag i forskellige møbelbutikker osv, så synes jeg kvaliteten en helt anden!  
476 #0:1:46.0#

477  
478 Y: Jeg skulle også lige til at spørge, hvorfor er de her produkter så mere tiltalende end  
479 nutidens. Altså udover det du siger her, hvorfor er de så mere tiltalende? Hvad er det de kan  
480 de produkter? #0:1:52.4#

481  
482 X: Jamen jeg synes jo at det giver, sådan et lille pift fra fortiden, altså at.. Det er dejligt at se at  
483 man har sådan et bord som vi har købt på genbrug, som der måske er en anden familie der  
484 også har brugt til at sidde og spise deres aftensmad ved. At det er noget der kan gå igen i  
485 generationer i virkeligheden, ik! Plus at det jo er super funktionelt og det er evighedsholdbart  
486 nærmest. Det kan nærmest ikke gå i stykker, for at sige det som det er. #0:2:28.1#

487  
488 Y: Men vil du så sige... Du siger det her med at der er en anden familie der har siddet og spist  
489 ved det. Altså at du køber sådan et bord, er det nærmest med til at lade dig føle et  
490 tilhørsforhold til en anden tid og noget socialt ? #0:2:41.3#

491  
492 X: Øh, jeg ved ikke, nej. Altså det gør det ikke som sådan. Men det gør mig glad, at jeg køber  
493 noget, som jeg ved der har den her funktion. Netop at være et spisebord og som andre folk har  
494 brugt til præcis det samme. Og at det er et så godt håndværk at det kan gå igen, selv 50-60 år  
495 efter at det er lavet.. Det synes jeg mere der vidner om en super kvalitet, ved det her møbel.  
496 Altså det er enormt slidstærkt og bare opfylder den funktion, som det har. #0:3:35.0#

497  
498 Y: Altså tænker du på tingenes oprindelse, når du køber de ting her? Tænker du på den tid de  
499 stammer fra? #0:3:49.3#

500  
501 X: Ja, det gør jeg! Jeg synes jo at det har en væsentlig større charme at købe noget, som der er  
502 gammelt og brugt og som der stadig er funktionelt. Det giver en eller anden form for  
503 historierigdom til møblet eller til pladen og til dens historie end hvis jeg havde gået ud i IKEA  
504 og købt et eller andet masseproduceret bord ved navn Björn. Så det synes jeg helt klart.  
505 #0:4:22.0#

506  
507 Y: Så hvilke følelser kan produkterne så vække? Altså kan de vække nogle følelser, nogle  
508 forestillinger, nogle billeder inde i dit hovede sådan= #0:4:26.7#

509  
510 X: Ja, det kan det da! Jeg kan utrolig godt lide den der idé om,, feks. Hvis man tager sådan  
511 noget som LP'en feks. Jeg køber primært LP'er der er brugt. og jeg kan godt lide at man kan se  
512 på en LP'en om, den er der måske nogle andre der har hørt en her og den er måske særlig  
513 ridset ét sted og så kan man ligesom fornemme at okay, det her har måske været en andens  
514 yndlingsnummer, for der er rillen måske særlig dyb. Så ja, det kan på mange måder vække en  
515 eller anden form for glæde i mig, at man kan overtage noget, som nogle andre har haft glæde  
516 af selv. #0:5:8.9#

517

518 Y: Men altså tror du så det betyder, føler du dig så forbundet til det her andet mennesker eller  
519 de mennesker der har siddet i fortiden. #0:5:16.9#

520

521 X: Nej, egentlig ikke! Nej, det er egentlig ikke noget jeg tænker så dybt over. Det er mere sådan  
522 en... det er mere bare sådan en glæde ved at man har noget som man ved at der er brugt og  
523 som man ved der er nogle andre der har brugt, som man måske selv bruger. Fremfor at det er  
524 nyt og masseproduceret, og som ingen nogensinde har holdt en finger på før. Så det er mere  
525 det her med, at man kan se en funktion, der lever videre i 50-60 år og måske længere tilbage  
526 endda. #0:5:53.5#

527

528 Y: Men altså vil du sige, får købene dig til at. Du har før snakket om det her med at du nogle  
529 gange godt kunne tænke dig at leve i fortiden eller have været født der og at du godt kan  
530 længes efter nogle af de kvaliteter og ting der var dengang. Får købene dig til at føle dig  
531 tættere på fortiden, får det dig til at føle dig forbundet med fortiden? #0:6:20.9#

532

533 X: Ja, helt klart. Helt klart. Øh, jamen igen så vil jeg også inddrage LP'en som et eksempel. I  
534 forhold til de moderne afspilningsformer, jamen fungerer LP'en jo på den, synes jeg, super  
535 fantastiske super enkelte måde, at du har en pick-up og løfter og sætter ned i en rille, og så  
536 kører den fra start til slut. Der er ikke noget med, at man kan gå hen og trykke og sige "nå,  
537 men jeg vil springe det her nummer over" eller "Jeg vil hellere høre det her". Det handler om  
538 milimeter præcision og så sætter du den ned og så hører du. Du sætter dig ned og lytter til en  
539 hel plade, fra den starter til den slutter. og det synes jeg at der giver mig en eller anden form  
540 for nærvær og sådan en tur tilbage til det enkelte - til det simple. Jeg kunne levende forestille  
541 mig, hvordan der mon har siddet 10-15 langhårede fyre et eller andet og har hørt den seneste  
542 nye plade med Lou Reed, ik. Som der bare har siddet omkring sådan en grammofon og lyttet  
543 til musikken. Jeg synes helt klart at det skaber et større nærvær at man har den  
544 afspilningsform, Fremfor at det er igennem en iPod eller et moderne anlæg, hvor man bare  
545 kan skifte sange efter behov! #0:7:38.9#

546

547 Y: Kan det vække andre ting, altså, hvis jeg nævner tilhørsforhold. Kan det give en følelse eller  
548 varme, eller ro eller historie eller sikkerhed eller en eller anden ting? #0:7:56.8#

549

550 X: Ja. Historie eller varme. Det vil nok være de to ting jeg kan drive ud af det. I sær hvis jeg nu  
551 snakker videre om det her med LP'en. Altså lyden er en helt anden. Fordi  
552 indspilningsmulighederne var en hel anden. Altså man snakker meget om at lyden af en LP  
553 har en særlig varm følelse, fordi den udtryksform simpelthen er så anderledes, end hvad man  
554 kender fra i dag. Hvor musikere går i studie og så spiller de lidt og så sidder de og  
555 computerredigerer det. i gamle dage der skulle man sgu slide lidt mere for tingene. Der  
556 spillede man i et studie, indtil det lød helt perfekt. Bagefter kom det så over på en LP. Øh. Så  
557 klart det og så selvfølgelig også det her med histiens vingesus, ikke. At sidde med nogle brugte  
558 LP'er i hånden, som har tilhørt sikkert 10-20 andre mennesker, måske ikke. #0:9:6.7#

559

560 Y: Hvad tror du varmen den består af, hvorfor tror du man får en varm følelse? Hvis det er  
561 noget du kan sætte ord på? #0:9:18.6#

562



563 X: Det er lidt svært at sige. Øh, for mig handler det jo meget med det her med sådan en eller  
564 anden form for flashback til den der tidsånd og når man sådan kender lidt til historien. Altså  
565 hver eneste gang jeg hører Rolling Stones plade, Exile on main st., tænker jeg altid på  
566 tilblivelsen af den. At den specifikke plade, fordi den blev optaget på et slot i Nordfrankrig,  
567 som Rolling Stones havde lejet. og hvorefter der jo straks kom horder af prostituerede og  
568 narkohandlere og de var jo skæve og stive og nogle gange var de jo væk. og på trods af at de  
569 konstant befandt sig i den her fuldtændig psykosiske brandert af heroin og alkohol, så formår  
570 de altså at skabe et af verdenshistoriens største albums. og den historie kommer jeg bare altid  
571 sådan til at tænke på, når jeg hører den plade, fordi at jeg synes det er sådan en imponerende  
572 bedrift i virkeligheden. Så det skaber altid sådan en eller anden varm følelse hos mig.  
573 #0:10:29.5#  
574

575 Y: Det bliver sådan et flashback, hvor du lige føler du får en bid af kagen der, eller hvad?  
576 #0:10:31.2#  
577

578 X: Ja, ja! På mange måder. Det synes jeg. #0:10:46.5#  
579

580 Y: De her gamle ting, som du køber og har til at stå derhjemme og LP'erne du lytter til og  
581 sådan noget! Bidrager de til din identitetsfølelse? Er de med til at vise, hvem du er?  
582 #0:10:51.8#  
583

584 X: Helt klart. Øhm. Det synes jeg. Altså det er en meget stor del af, hvem jeg er som person. og  
585 så synes jeg også det siger rigtig meget om, hvordan jeg gerne vil fremstå og hvordan jeg ser  
586 mig selv. Jeg har feks. også ufatteligt mange gamle bøger stående, som jeg jo også interesserer  
587 mig og nærmest, jo ældre bøgerne er, jo bedre. Så ja, det er helt klart med til at skabe min  
588 identitet og selvforståelse. #0:11:25.2#  
589

590 Y: Hvad giver det din identitet så? Hvilke værdier, hvilke egenskaber er det det giver din  
591 identitet? #0:11:37.8#  
592

593 X: Æh, jamen det det synes jeg, at den værdi om historierigdom om... det kommer til at lyde  
594 højrøvet, men intellektualitet, jeg synes gerne at folk må se at jeg kommer fra et hjem med  
595 bøger og klaver, fordi det er også den person jeg er. Så ja! I forhold til et åndslige, kulturrige.  
596 Kulturrigdom og historierigdom. Det bidrager til min personlighed at det jeg ligesom siger,  
597 det jeg ligesom giver udtryk for i mine holdninger og meninger, jamen det kan man finde i mit  
598 hjem. Så det ikke er noget jeg bare har grebet ud af den blå luft, hvis man kan sige det sådan.  
599 Men at de ting jeg jeg også har stående er et udtryk for mine holdninger og værdier. Det synes  
600 jeg er vigtigt for mig. At det ligesom hænger sammen på den måde. #0:12:45.8#  
601

602 Y: Hvad er grunden så til at du ikke har nutidens produkter og moderne designer ting til at  
603 stå? #0:12:51.8#  
604

605 X: Jamen jeg bryder mig sgu ærlig talt ikke om det! #0:12:57.3#  
606

607 Y: hvorfor? #0:12:54.9#  
608

609 X: Jamen jeg har sådan en idé om at kvaliteten af det håndværk som man laver i dag. Altså den  
610 måde at man arbejder med træ feks. på. At det gør man bare ikke på samme måde mere, som  
611 man gjorde det i gamle dage. Og så plus at mange af de produkter, som bliver lavet i dag, er  
612 udtryk for, som jeg indledede det her interview med at sige, at det er sådan: brug og smid  
613 væk! Det er nogle produkter man laver og så udsteder man et garantibevis, på fem år, feks. og  
614 så ved man også bare at så snart der er gået fem år, jamen så knækker benene på bordet eller  
615 så brænder mac'en sammen, eller hvad ved jeg. Hvor jeg synes der var en anden form for  
616 kvalitetsbevidsthed, i de ting man producerede og lavede i gamle dage. Det var ligesom noget  
617 man lavede til folk, for at de skulle kunne holde i 100 år. Måske er det også pga, den økonomi  
618 man havde dengang. Altså folk havde sgu nok bare ikke penge til at gå ud og købe noget nyt  
619 hele tiden, så man vidste at okay nu investerer jeg i et spisebord og det er måske mange  
620 penge, men så ved vi også bare at det holder i generationer, feks. Og det tror jeg at der er  
621 sådan en ting, der er gledet ud i vores samfund. Fordi vi ligesom bare er blevet rigere og  
622 rigere og rigere. og så er det ligesom blevet nemmere bare at købe noget nyt, når det gamle  
623 går i stykker og så kan man ligesom blive ved i den cyklus hele tiden. #0:14:28.0#

624  
625 Y: Hvorfor tror du at fortiden og vintage og retro og genbrug er så meget oppe i tiden?  
626 #0:14:31.7#

627  
628 X: Det er et godt spørgsmål. Jeg tror at det handler om at folk i virkeligheden kan længes efter  
629 noget. Folk savner måske noget i deres hverdag, som gør at fortiden ligesom bliver populær  
630 igen. Men jeg tror også det handler ligeså meget om , i virkeligheden at historien ligesom  
631 gentager sig selv, på mange områder. Hvis man tager 50'erne feks.. Espressomaskinen med de  
632 her runde former, synes jeg jo klart er et udtryk for den designerstil der var i 50'erne og den  
633 har jo været på mode i forhold til køkkenmaskiner i de sidste par år. Man er gået hen og er  
634 begyndt at lave de her farvestrålende køkkenmaskiner med runde former, fra de her  
635 firkantede kasser, som har været dominerende ik. Så jeg tror der er nogle elementer fra  
636 fortiden, som altid vil snige sig ind, hist og her. Så man ligesom får skabt den her retro stil, så  
637 man ligesom siger: Nu genoplever vi ligesom den. #0:16:3.1#

638  
639 Y: Når du køber genbrug, hvor stor en del er så pga af pris og jagten og det at finde en fed ting?  
640 Får du et kick ud af det? #0:16:18.8#

641  
642 X: Nej! Ikke som sådan i forhold til det der med at købe. Men jeg får da klart et kick ud af, at  
643 vide at jeg køber noget der er super funktionelt og det er ligesom det, som jeg lægger meget  
644 vægt på, når jeg køber ting. At det skal være funktionelt. Det skal ikke bare se godt ud. Det skal  
645 have en funktion. #0:16:53.0#

646  
647 SLUT #0:16:53.0#

648  
649 Ny optagelse #0:0:0.0#

650  
651 Y: Ja, så sidder vi med en bog om 60'erne og 70'ernes surfkultur. Hvorfor er det her billede  
652 lige... hvorfor er det fedt? #0:0:14.0#

653  
654 X: Jamen jeg synes øh, at fotografiet er skønt. Jeg synes der er en eller anden form for  
655 udstråling af frihed og godt liv på det her billede. #0:0:31.8#

656  
657 Y: Godt liv? #0:0:33.7#  
658  
659 X: Ja, jamen øh. Ja, Det synes jeg bare at billedet afspejler med de her lidt afslappede folk og  
660 hende pigen der cykler i sin bikini. Øh. De virker bare til at have det godt, synes jeg. Og så  
661 synes jeg jo også at det er en fantastisk cykel, med den der form for gaffelstyr. På en meget  
662 kort forgaffel. Hvad, hvis det var et billede her ved siden af, hvor det var en grå murstensmur,  
663 en moderne cykel og en pige i moderne tøj, hvis du kan forestille dig det? Hvad tror du så at  
664 du ville sige til det billede? #0:1:24.1#  
665  
666 Y: \_Så ville jeg måske have syntes at det var lidt kedeligt i virkeligheden. Sådan lidt øh. Jamen  
667 det ser man jo nærmest hele tiden. #0:1:27.2#  
668  
669 Y: Det ville ikke sige dig så meget. #0:1:31.3#  
670  
671 X: Nej, det tror jeg ikke. #0:1:37.1#  
672  
673 Y: Så når du kigger på sådan et billede her, så vækker det et eller andet? #0:1:32.6#  
674  
675 X: Ja, altså øh. Jeg synes bare at det ser fedt ud. At det er et flot fotografi og man kan jo godt  
676 forstå at tiden er anderledes!  
677  
678 Y:Så du kan lidt mærke tiden af at kigge på det, eller hvad? #0:1:48.3#  
679  
680 X: Ja, det øh. Det synes jeg at jeg kan. Man kan jo se det med tøjet, stilen, påklædningen, altså  
681 at det er noget anderledes ik. Altså men lad os sige sådan, det hus som der jo er her i  
682 baggrunden. Det ville sgu nok ikke have fået lov til at stå den dag i dag feks, fordi det jo er et  
683 gammelt træhus ik. Men øh. Det synes jeg, jo meget desto mere at der har en fed charme at det  
684 bare er. Selvom at det er oldgammelt og at det sikkert heller ikke passer ind i den tids tidsånd.  
685 #0:2:24.9#  
686  
687 Y: Så hvis det havde været et moderne højhus, ville du så føle... Du siger det her er  
688 chamerende. Et moderne højhus, hvad ville det så have vakt hos dig? #0:2:32.6#  
689  
690 X: Ja, det ville ikke have vakt afsky, men det er da tæt på, synes jeg. Altså højhuse synes jeg jo  
691 er et udtryk for den byggekultur, som man ser. Fordi at man siger, nå men vi er efterhånden så  
692 mange mennesker at vi ikke kan bygge ud af, så nu bygger vi op af i stedet og det kan man  
693 sige. Det er måske meget smart af hensyn til pladsmange, men jeg synes også at det forandrer  
694 en by og det forandrer livet og kulturen omkring. #0:3:5.1#  
695  
696 Y: hvad så hvis det havde været et to-plans-hus. Ligesom nu og det var sådan et moderne to-  
697 plans-arkitekttegnet hus? #0:3:8.8#  
698  
699 X: Det ville egentlig ikke have gjort mig så meget. Øh, fordi at de kan også godt være rigtig fine.  
700 Og det synes jeg alligevel også symboliserer noget andet, end højhuse feks. med mange  
701 lejligheder osv. altså. Der synes jeg mere at sådan et standard to-plans-arkitekttegnet hus,

702 som man jo ser i rigtig mange forstader. Det symboliserer alligevel en eller anden form for ro  
703 og familieliv, som jeg føler tiltaler mig. #0:3:43.4#  
704  
705 Y: Hvis det skal være en helt fair sammenligning, så tror jeg at, så bliver man nødt til at sige at:  
706 Hvis billedet nu var fra nutiden af, det er sommer på samme måde og det er bare moderne  
707 ting. Moderne cykler og moderne tøj. Tror du så også at du ville sidde og kunne tænke at det  
708 var et fedt billede og kunne drømme dig væk i det? Eller giver det dig noget ekstra, at det her  
709 er fra 70'erne af? #0:4:14.7#  
710  
711 X: Jeg tror på mange måder at så giver det noget at det har den alder, som det har. Fordi det jo  
712 også fanger et billede af en situation. Altså der er bare et eller andet mere charmerende over...  
713 Lad os nu tage de her cykler feks., altså med den her enorm korte forgaffel, med det her  
714 enorme styr, altså. Synes jeg jo er en fantastisk konstruktion, som man ikke rigtig laver mere.  
715 Altså ja! Jeg tror ikke at jeg ville synes at det var nær så fedt, hvis det var dagens danmark  
716 feks. Det tror jeg ikke. #0:5:9.2#  
717  
718 Y: Ellers nogle tanker om det? #0:5:12.1#  
719  
720 X: Nej! #0:5:13.8#

1 **Bilag 7 – Transskribering af interview med Thandi Dyani**

2

3

4 **X – Interviewperson (Thandi Dyani)**

5

6 **Y – Interviewer**

7

8 Y: Yes, ja. Øhm. Ja og dit navn og din alder og din beskæftigelse

9

10 X: Jeg hedder Thandi, og jeg er 38 og jeg er projektleder på KBH Projects

11

12 Y: Okay. Øh, vi starter med at snakke om den moderne forbrugskultur. Hvordan vil du beskrive den  
13 moderne verden og den moderne forbrugskultur? Du kan gøre det med nogle få ord og nogle plusser og  
14 minusser eller #0:0:26.9#

15

16 X: Jamen den moderne forbrugskultur, det er jo sådan meget øh, det er meget hurtigt på nettet og smid  
17 ud og købe nye ting hurtigt bagefter og sådan noget. Altså in-a-nutschell. #0:0:43.7#

18

19 Y: Ja, øhm, hvis vi så siger. Hvordan har du det så med den moderne livsstil. altså det her det er i høj  
20 grad bygget op om omkring uddannelse, karriere, forhold, familie og forbrug og alt det handler om  
21 fremskridt og udvikling. Hvad synes du om den livsstil der? Den moderne livsstil? #0:1:3.6#

22

23 X: Altså jeg synes der er meget fokus på at alt skal gå meget hurtigt hele tiden. Øhm, og i forhold til  
24 arbejde, så. Altså man bruger bare meget tid på at tænke på arbejde og udføre arbejde. Hvor at man  
25 ligesom er fanget imellem sådan et familieliv og sit arbejdslivs. og i virkeligheden så er arbejdslivet det,  
26 som man bruger flest timer på. Men hvor familielivet muligvis nok er det der betyder mest, men som  
27 man har mindst tid til, altså som man tit kommer til at presse ind, imellem arbejdsting, ik? #0:1:41.1#

28

29 Y: og hvordan har du det så med det? #0:1:43.9#

30

31 X: (Griner) Jeg har det ad helvedes til! Altså, det er meget sjovt, fordi jeg har faktisk i det sidste halve års  
32 tid, gået og tænkt meget på, hvordan.. Hvad er det egentlig der gør en glad, ik? og hvad er det der  
33 potentielt skulle til for at man kan balancere de der ting, i langt højere grad. Øhm, og det ved jeg ikke  
34 lige helt. Altså, I don't know. Men mindre arbejde i hvert fald. #0:2:5.9#

35

36 Y: Okay, men det er noget du tænker på i hvert fald? #0:2:7.7#

37

38 X: Ja, det er det! #0:2:10.3#

39

40 Y: Så ser du nogle problematikker i den moderne verden? Det tror jeg sådan, at det er lidt du er inde på  
41 der. #0:2:17.8#

42

43 X: Altså, jeg synes fokus på, at alt skal være vækstbetinget. Alt skal være... Man skal bare have mere af  
44 alting hele tiden, hele tiden. Det synes jeg er et kæmpe problem. Både for... Altså både når man ser i den  
45 sådan globale skala, for miljø og sådan noget. Men også folks øh... Hvad hedder det sådan noget: World-  
46 being. Ens person. Ens indre. Vi har bare et meget stort fokus på, at man skal skabe vækst hele tiden.  
47 Man skal skabe mere mere mere, ik! #0:2:46.6#

48

49 Y: Og hvad er det så for nogle problematikker det skaber for personen? #0:2:53.4#

50

51 X: Jamen i virkeligheden ikke at mennesker... Jeg tror man har helt sikkert, eller i hvert fald nogle  
52 mennesker har et naturligt drive og sådan fremdriftsønske. Men jeg tror at der skal være mere fokus på,  
53 at man kan skabe bedre ting, fremfor bare at skabe flere ting. #0:3:5.2#

54

55 Y: Jamen det lyder jo meget fornuftigt? Hvad tager din energi i hverdagen? Altså, hvad bekymrer dig og  
56 gør dig usikker i forhold til henholdsvis hverdagen og det moderne samfund? #0:3:21.0#

57

58 X: Kan du ikke prøve at stille det spørgsmål igen? #0:3:24.6#

59

60 Y: Altså hvad tager din energi? Hvad tænker du sådan og hvad bekymrer du dig om i hverdagen, hvis vi  
61 sådan ser det i forhold til dit hverdagsliv og det moderne samfund? #0:3:34.0#

62

63 X: Altså jeg bekymrer mig om... Jeg bekymrer mig selvfølgelig om min familie og mine børn, ik. Og jeg  
64 tror det, som bekymrer mig mest, det er at den måde vi lever på og det bliver kun værre for dem. Med  
65 mindre der sker... Det er også, der sker et eller andet i verden lige nu. Der er nogle strukturer der er ved  
66 at... Altså uden at skulle lyde totalt marxistisk eller sådan noget... Jeg tror at der er nogle  
67 samfundsstrukturer, der er ved at bryde sig selv ned, fordi at vi ikke kan blive ved med at forbruge på  
68 den samme måde og man kan ikke blive ved med, bare at skabe mere. Og hvis man ikke gør det, så  
69 bekymrer jeg mig for mit barn. Hvad fanden, hvordan fanden ser verden ud, når han skal være voksen,  
70 ik. #0:4:7.7#

71

72 Y: Det er også mit næste spørgsmål. Det er nemlig, hvordan virker fremtiden for dig? om den virker  
73 spændende eller om den virker skræmmende? #0:4:19.6#

74

75 X: Altid spændende. Men ligeså skræmmende. Spændende kan også være skræmmende, men det  
76 betyder ikke at det er en dårlig ting. Men jeg tror man har, som privat person. Der synes jeg mere og  
77 mere at man har et ansvar for at gøre sin fremtid, den man ønsker den skal være. Og arbejde på de ting,  
78 som man synes er. #0:4:40.8#

79

80 Y: Men du snakkede ligefør om, at du var nervøs på dine børns vegne? #0:4:45.5#

81

82 X: Ja, fordi, jeg tror ikke rigtig at. Altså jeg tror at der er mange privatpersoner, der måske hver især  
83 finder ud af, hvad der giver mening for dem. At man skal skabe ting der er bedre, fremfor at man bare  
84 hele tiden skal køre på sådan et hamsterhjul, ik. Øhm, men jeg bliver bange for at... Det er jo ikke  
85 nødvendigvis... Altså man kan bare se den måde folk stemmer på, at det er ikke nødvendigvis det som  
86 den samlede flok vil have, ik. Så der er et eller andet clash i mellem. #0:5:11.2#

87

88 Y: Men hvad er du så bange for at der kan ske i fremtiden? Hvad er du bange for at dit barn ender ud i?  
89 Og sidde i, hedder det! #0:5:19.7#

90

91 X: Hmm.. Det ved jeg sgu ik. At man bare skal... At alt skal være en kamp. At man ikke har nok penge til  
92 alt det man skal bruge, som man har... Altså det som at vi... #0:5:34.8#

93

94 Y: Men er det fordi, du er lidt bange for at systemet bryder sammen eller hvad? At man ikke skulle have

95 nok penge, fordi at... Nu, nu har vi jo rigeligt med penge, kan man jo sige. #0:5:44.9#  
96  
97 X: Ja. Men det tror jeg ikke bliver. Jeg tror at man, altså det er sådan lidt. Altså igen, ikke for at være helt  
98 marxistisk-agtig. At det kapitalistiske samfund, det har bare sådan en eller anden levetid og på et eller  
99 andet tidspunkt, så kan man ikke yde mere, end hvad man gør. Så hvis vi ikke finder ud af det, så bryder  
100 det hele jo sammen, så kan penge jo i virkeligheden være ligegyldige, så er det jo bare... Så er det jo ikke  
101 noget... Så er der jo ikke noget! #0:6:10.6#  
102  
103 Y: Er du generelt tilfreds med det moderne liv? Med den måde alle tingene er skruet sammen på? Finder  
104 du ro i, hvordan tingene er? #0:6:18.7#  
105  
106 X: Ja, hvis jeg kan finde en balance mellem, hvad jeg synes er sjovt og hvad man skal. Og det synes jeg  
107 godt at jeg kan. #0:6:29.5#  
108  
109 Y: Nu går jeg over til noget, som handler lidt mere om nostalgi. Øhm. Prøv lige at vent, jeg skal lige sikre  
110 mig at det er det rigtige jeg har gang i her. ja! Er du nostalgisk? Altså længes du sommetider efter noget i  
111 livet og i den moderne verden? Er der noget der er for lidt af og er der noget du kunne tænke dig mere  
112 af. Det kan for eksempel være relationer og fællesskab, og frihed, og stress og simpelhed og, det kan  
113 være mange ting. #0:7:0.5# #0:7:5.4#  
114  
115 X: Altså jeg synes. Jeg prøver at leve. Altså for eksempel måden jeg bor på. Jeg bor i en bygning, hvor jeg  
116 bor sammen med min mor og min søster. og det er ikke specielt normalt, tror jeg. I vores samfund, at  
117 man gør det. Så jeg tror, de ting, jeg sådan, gerne vil have. Dem arbejder jeg også på kan være for mig,  
118 selvom det måske ikke er de mest formale ting i verden måske. Men stress. Altså. Jeg synes det er svært  
119 at komme udenom, en arbejdskultur, når man er en del af den. Altså, det kan være svært at lægge det på  
120 hylden, når man kommer hjem og man er på Facebook og så er det jo også arbejde på en eller anden  
121 måde, fordi så skal man lige svare nogen, der spørger om et eller andet, eller der hurtigt lige skriver en  
122 sms eller. Så det er svært at skille det ad, nogle gange. #0:7:50.6#  
123  
124 Y: I forhold til arbejdskulturen, er det så noget. Altså længes du efter at det ikke var sådan så, eller  
125 hvad? #0:7:56.0#  
126  
127 X. Jah, lidt. #0:7:57.1#  
128  
129 Y: På hvilken måde?. #0:8:0.3# #0:8:4.6#  
130  
131 X: Altså jeg vil sige Jamen altså qua min alder, så har jo også oplevet dengang, at hvis man lavede en  
132 aftale over telefonen, så var det den du havde, fordi der var ikke lige et socialt medie, hvor man kunne  
133 ændre sine aftaler. Der var ikke lige en mobiltelefon, hvor du kunne sige, nå men jeg kommer for sent  
134 eller vi venter lige og ser. Det er altid sådan med at man lige: Vi snakkes lige ved, ik. Det gjorde man jo  
135 ikke den gang..Der var det sådan, at hvis man havde en lege-aftale, så havde man bare en legeaftale.  
136 #0:8:22.9#  
137  
138 Y: Så på den måde, så savner du at? #0:8:22.1#  
139  
140 Y: det er, altså, Jeg synes internettet og sociale medier er det vildeste scoop for verden og det bringer  
141 folk.. Jeg har jo selv familie i sydafrika foreksempel og det bringer virkelig folk tættere sammen og

142 mobil telefonerne... Kæft mand, hvis man ikke havde dem, så ville det jo bare være for vildt, ik. Og det  
143 har også bundet folk, som... Fattige mennesker foreksempel, de havde måske ikke råd til at installere en  
144 fastnettelefon, så mobilen er bare... og internettet er bare guld være. Men det kommer også bare med  
145 nogle konsekvenser, fordi verden er så meget mere kompliceret. Fordi, man kan ikke bare give slip på  
146 den, fordi man er der hele tiden, man er hele tiden på de sociale medier, eller et eller andet, ik. Hvor, da  
147 jeg var ung, så købte man et blad i kiosken, for at finde en information om et eller andet eller.  
148 #0:9:14.3#  
149  
150 Y: Hvad var det gode så ved det? #0:9:17.6#  
151 #0:9:18.7#  
152  
153 X: Jamen, at det hele ikke går så hurtigt og man skulle læse sig til ting, man skulle åbne en bog og læse.  
154 Nu kan man jo bare google det. #0:9:34.4#  
155  
156 Y: og hvad var det gode, ved at man selv skulle læse det? #0:9:32.4#  
157  
158 X: Jamen, det ved jeg ikke. Det er jo lidt det samme med dankortet. Man har bare ingen føling med  
159 virkeligheden, nogle gange. Jeg kører bare kortet igennem, ik. Men dengang, der havde man ikke noget  
160 dankort jo, der havde du en bankbog, hvor der blev stemplet og skrevet. og så har du også meget mere  
161 føling med, hvordan... Altså når du står med kontanter, frem for dit dankort, så har man altså mere  
162 føling med, hvad man bruger. og det er jo det samme med viden og med altså "I love Google", det gør  
163 alle nok. Men det er på en eller anden måde.. Men det kommer mere under huden tror jeg. Man har  
164 mere føling med, hvad det betyder i virkeligheden. #0:10:8.8#  
165  
166 Y: Det er sådan en mere gennemskuelighed der var dengang? #0:10:10.9#  
167  
168 X: Ja. Fordi også det der med mobning på nettet, og sådan noget man hører. Nu er jeg ikke lige en del af  
169 den generation, men mine børn for eksempel. Der er der jo hele tiden. De skal hele tiden præstere. De  
170 skal hele tiden vise deres bedste side. Hvis du er hjemme, så kan du kigge ind hos... Så er der sådan  
171 noget med snapchat, så kan du sende en video, så du skal hele tiden være pæn, der er hele tiden... du  
172 skal hele tiden præstere noget. og det er ligemeget om det er i arbejdsliv, eller om det er i din fritid, eller  
173 om du er barn eller voksen. Man er bare på hele tiden. Det var man bare ikke så samme måde i gamle  
174 dage, for hvis du kom hjem, der var ikke nogen der kunne se dig, jo! #0:10:49.8#  
175  
176 Y: Hvad går du og dagdrømmer om, her i livet? Hvad går du og fantaserer om i din dagligdag og om din  
177 fremtid og..? #0:11:3.2#  
178  
179 X: Mere tid! Mere tid til bare og lave, kun de sjove ting. #0:11:12.1#  
180  
181 Y: Sådan meget simpelt? #0:11:15.8#  
182  
183 X: Ja! #0:11:20.7#  
184  
185 Y: Hvordan kan det være? #0:11:23.4#  
186  
187 X: Jamen jeg tror det der med at man kan... Det er jo også bare totalt luksus-agtigt, men jeg gad godt at  
188 kunne bruge tid, på noget der gav mening, altså for nogle andre eller for mig selv eller. Alt sådan noget



189 administration og drift, det er fucking irriterende. Nogle gange gad man godt, kun at lave ting, der gav  
190 mening for noget, for samfundet eller for..ja. #0:11:45.3#  
191  
192 Y: så du drømmer lidt om nogle ting der går væk fra det møllehjul der? #0:11:53.9#  
193  
194 X: Ja, det tror jeg. Pick-and-chose lidt mere. #0:11:53.9#  
195  
196 Y: Nutiden den er jo præget af en stor mængde frihed. At man er herre over sin egen skæbne. Savner du  
197 rammer nogle gange, i livet? Sådan at beslutningerne var taget på forhånd eller kan du godt lide den  
198 frihed der er? #0:12:9.1#  
199  
200 X: Nej, jeg kan godt lide friheden. Men det kommer jo også med konsekvenser det der med at man har  
201 frihed. og jeg tror, vi er så frie fra de roller at vi ser nogle andre problemer. Sådan. Så folk er mere  
202 deprimerede og du savner retning, og du begår selvmord og sådan noget, fordi du har ingen regler  
203 altså.. Du kan alt, så jeg tror det er sikkert meget bedre nemmere at leve i en total diktatur, islamisk et  
204 eller andet, hvor man bare har regler for alt. #0:12:37.0#  
205  
206 Y: Fordi at? #0:12:38.8#  
207  
208 X: For så behøver du ikke at tage stilling til noget. Men er jeg ikke interesseret i. Men det kan jo også  
209 være hårdt på nogle måder, at have frihed til alt ting. #0:12:53.5#  
210  
211 Y: Så det er lidt alt efter, hvem man er måske? #0:12:54.3# #0:12:56.1#  
212  
213 X: Okay. #0:12:59.6#  
214  
215 Y: Øh. Så går vi over til fortiden. Vil du sige at du er fascineret af fortiden? Nogle dele af den?  
216  
217 X: Ja! Det er jeg. #0:13:2.1#  
218  
219 Y: Hvilke dele for eksempel? #0:13:5.5#  
220  
221 X: Musik - meget! #0:13:8.7#  
222  
223 Y: Hvis vi snakker sådan nogle perioder, hvilke årtier for eksempel? #0:13:16.6#  
224  
225 X: 60'erne og 70'erne #0:13:20.6#  
226  
227 Y: Ja? Hvordan kan det være? #0:13:15.8#  
228  
229 X: Det ved jeg ikke, der var bare mulighed... inden for rytmisk musik for eksempel, det startede jo  
230 nærmest først, der i 50'erne. Det blev mere populært, end for eksempel populærmusik.og der er bare.  
231 Jeg tænker det må jo være svært at finde på noget nyt i dag, der er ikke noget nåde og nyt i det. "Det har  
232 jeg hørt før" eller, der var bare plads til at opfinde noget nyt, som var fedt! #0:13:42.6#  
233  
234 Y: Er der andet i det? Grunden til at du er fascineret af 50'erne og 70'erne? #0:13:58.5#  
235

236 X: Det ved jeg ikke, det var bare en meget eksperimenterende på en eller anden måde. #0:13:54.2#  
237

238 Y: Er der nogle kvaliteter og værdier, som de havde dengang, som du kan længes efter? #0:14:11.0#  
239

240 X: Jamen jeg tror også, at når man ikke har... Jeg var en baby, jeg er født sidst i 77, så jeg ved det jo ikke  
241 selv. Men jeg tror også at man har jo også en eller anden måde, at man forestiller sig, at det var på en  
242 eller anden måde. Hvor hvis man snakker med en der var ung i 60'erne og 70'erne, så tror jeg det var  
243 mega svært og være til, fordi der var masser af regler, der skulle genopfindes. og kvinder skulle på  
244 arbejdsmarkedet og man skulle finde sin plads i samfundet. Der er mange ting, hvor jeg tænker "Thank  
245 god, at det ikke var mig". #0:14:39.2#  
246

247 Y: Men den der forestilling du så snakker om? Hvordan ser den ud? Hvordan kan den se ud?  
248 #0:14:47.8#  
249

250 X: Det er nok igen lidt det der: Tid til at kunne lave noget kvalitet. At det hele ikke er på samleband,  
251 altså, ja! Det er både i musik, men måske også måden man har levet på og sådan noget. også det der med  
252 - det er bare: "Nu skal du have 12, og nu skal vi sprænge skalaen for at komme ind på en eller anden  
253 uddannelse. Vores forældre, de havde altså mange flere muligheder, for at vælge noget til, som de synes  
254 var spændende, måske uden at man skulle have 12,3 i snit. #0:15:17.6#  
255

256 Y: Kan fortiden noget, som nutiden ikke kan? #0:15:22.2#  
257

258 X: Æhm, Det ved jeg sgu ikke, det er et svært spørgsmål. Det kan jeg jo ikke rigtig, det tror jeg ikke. Det  
259 er jo også qua at vi er så frie som vi er. Så kan man jo vælge ting til, som man, altså... Man kan godt  
260 vælge noget, som minder om, noget man har plukket fra det bedste, fra et eller andet. #0:15:51.9#  
261

262 Y: Men hvordan forestiller du dig, hvis vi snakker 60'erne og 70'erne. Hvordan forestiller du dig så livet  
263 var. Tror du det var dårligere eller bedre end i dag? #0:15:57.4#  
264

265 X: Altså, øhm, Jeg tror altså bare. Jeg forestiller mig bare, at det var mere simpelt. Det var som om, at  
266 folk havde en eller anden rolle, som de skulle udfylde og så - selvom jeg er frihedselsker, så er det jo  
267 også bare nogle gange nemmere at livet er komplekst-locked. Måske ville det være nemmere, bare at  
268 kunne påtage sig den rolle, som det nu er meningen og så kan man udføre den eller what ever.  
269 #0:16:30.4#  
270

271 Y: og hvad ville det gøre, at man havde den rolle? Ville det ligesom gøre en fri til noget andet eller hvad?  
272 #0:16:39.7#  
273

274 X: Ja, måske. eller måske ikke. Det ved jeg ikke. Hvis man kun skulle stå bag kødgryderne, så er det jo  
275 ikke fordi man er specielt fri til at have et arbejde, der giver mening eller et eller andet. Så det hele  
276 kommer jo, med omkostninger, men jeg tror for ens følelsesliv, tror jeg der er nogle ting, der er  
277 nemmere, hvis man ved hvad man skal. #0:16:53.9#  
278

279 Y: Fordi at? Hvorfor er det nemmere for ens følelsesliv? #0:17:2.3#  
280

281 X: Jamen fordi at... som jeg sagde, det der med, hvis nu du er en del af en religion, så er der nogle, der  
282 har valgt noget for dig. Det er ikke noget du skal stille spørgsmålstejn ved, fordi sådan er det bare.

283 #0:17:8.3#  
284  
285 Y: Tænker du at livet var mere trygt, simpelt eller overskueligt, dengang? #0:17:19.6#  
286  
287 X: Jeg tror det er mere trygt, hvis man tænker på sådan...Det kommer lidt an på, i hvilken forstand man  
288 tænker. Altså hvis vi snakker sikkerhedspolitisk, altså med sådan. Slevfølgelig har der været konflikter  
289 alt den tid, men jeg tror da helt sikkert, at der har været mere tryghed. Man har mere vidst hvem der...  
290 ja, det ved jeg sgu ikke. #0:17:38.8#  
291  
292 Y: Hmm. hvad der skulle ske, eller hvad? #0:17:44.6#  
293  
294 X: Jamen tryghed, det kan jo også være rammer, så på den måde, måske ja. #0:17:53.9#  
295  
296 Y: Hvor har du din viden om fortiden fra? Hvad har skabt det billede du har af fortiden? #0:17:59.2#  
297  
298 X: Øh, det er vist meget mine forældre. Min far han var musiker, så derfor har jeg måske en speciel  
299 interesse i musik. og han har jo en helt masse LP'ere bag, eller sådan nogle udgivelser bag sig, hvor man  
300 kan lytte til forskellen på, i dag og den gang. Så det er jo også bare samtaler med folk sådan, som har  
301 levet på det tidspunkt? #0:18:31.6#  
302  
303 Y: Hvilken rolle har popkulturen haft i det billede du har af fortiden? Altså der snakker vi om film, og  
304 billeder, tv. reklamer og bøger og. #0:18:41.3#  
305  
306 X: Det er nok mere sådan en - det er noget sjovt. Altså noget man kan kigge på og så kan man jo også  
307 godt nogle gange grine lidt af noget af det. #0:18:56.4#  
308  
309 Y: Men har det været med til at danne dit billede af fortiden? #0:18:58.5#  
310  
311 X: ja, det synes jeg. helt sikkert. #0:18:55.1#  
312  
313 Y: På hvilken måde? Hvilket syn har det været med til at give dig? #0:19:4.8#  
314  
315 X: Det er jo bare sådan meget simpelt, på en eller anden måde. Der er ikke så meget. Altså hvis man ser  
316 en eller anden film fra 70'erne, det er sådan meget mere simple billeder, på en eller anden måde.  
317 #0:19:24.5#  
318  
319 Y: Vil du sige? Identifierer du dig i højere grad med fortiden, end med nutiden? #0:19:35.4#  
320  
321 X: Nej, det synes jeg ikke. For jeg lever jo nu. Men jeg kan godt lide at bringe ting fra fortiden, ind i min  
322 nutid. #0:19:43.1#  
323  
324 Y: Så der er ting, som du kan identificere dig med? #0:19:49.7#  
325  
326 X: Ja. #0:19:43.6#  
327  
328 Y: hvad er det for nogle ting? #0:19:46.6#  
329

330 X: Altså musik. og kunst også. #0:19:52.6#  
331  
332 Y: Er der noget i livsstilen, som du kan identificere dig med? #0:20:2.1#  
333  
334 X: Måske ikke rigtig. Altså jeg gad ikke at have været min mor? #0:20:10.4#  
335  
336 Y: Så altså. Men du er betaget af nogle dele af fortiden. Så det næste spørgsmål det er, om du blot er  
337 betaget af fortiden eller ville du gerne at der var nogle ting i den moderne verden, der var ligesom  
338 dengang? #0:20:24.9#  
339  
340 X: Altså jeg tror ens referenceramme, i forhold til andre mennesker, var meget mere simpelt dengang.  
341 For hvis man snakker: Så du fjernsyn i går? - så var det den samme kanal man havde set. Altså på den  
342 måde, så havde man meget mere, sådan. Man havde måske mere, sådan en fælles referenceramme, som  
343 er nemmere at tale ud fra. Men da også mindre spændende, ik. Altså for man vidste jo bare mindre, fordi  
344 man havde mindre information, ik. #0:20:56.5#  
345  
346 Y: Så det er sådan lidt to-sidet om .. Men der er en fascination af nogle dele? #0:21:0.3#  
347  
348 X: jajaja, det er der da. #0:21:4.0#  
349  
350 Y: Men det er ambivalent, om det er noget man ville have igen. #0:21:11.0#  
351  
352 X: Nej, det ville jeg sgu ikke. Jeg tror ikke at jeg ville have det, på den måde. Fordi, man kan heller ikke gå  
353 tilbage til at være mere uvidende. Når man først har lukket op for noget, så kan man jo ikke lægge låget  
354 på igen. #0:21:19.4#  
355  
356 Y: Men det kan virke tiltalende? #0:21:24.1#  
357  
358 X: Ja, for det det mindsker kompleksiteten. Det tror jeg at der er grundlæggende. Det er jo nærmest det  
359 ens liv går ud på. Det er jo og mindske kompleksitet! #0:21:41.1#  
360  
361 Y: Hvis vi går over til forbruget. I hvilken forstand, køber du genstande fra fortiden? #0:21:47.2#  
362  
363 X: Tøj. Ikke sko, Møbler #0:21:58.1#  
364  
365 Y: Og det er genbrug vi snakker her, så eller hvad? #0:21:57.5#  
366  
367 X: Ja. #0:21:58.8#  
368  
369 Y: Hvor finder du normalt det henne så? #0:22:2.8#  
370  
371 X: Genbrugsbutikker. #0:22:7.1#  
372  
373 Y: Vil du sige at du på nogle områder har en præference for fortidens genstande og produkter.  
374 #0:22:12.3#  
375  
376 X: Ja, på nogle ting. Altså specielt møbler. Det er helt sikkert noget jeg godt kan lide. #0:22:19.4#

377

378 Y: Hvorfor er det sådan? Hvorfor er de her produkter mere tiltalende end nutidens møbler?

379 #0:22:28.7#

380

381 X: Det er igen, det her med smid-ud-kulturen, den er overhovedet ikke lige så in your face - og så synes  
382 jeg egentlig også bare at det er godt at genbruge - genbrug er guld. Både designmæssigt men også bare  
383 sådan... Vi behøver ikke altid at købe nyt. #0:22:47.0#

384

385 Y: Nej, men hvis vi ser på design mæssige, hvad er så bedre ved det gamle end det nye? #0:22:56.5#

386

387 X: Det er jo et eller andet. Det er jo en eller anden måde, som man connecter til sin... Sådan så der ud i  
388 stuen eller et eller andet. og så skaber man en eller anden stemning? #0:23:14.6#

389

390 Y: Hvorfor er det godt? #0:23:18.6#

391

392 X: Det ved jeg ikke, altså hvis man har haft en god barndom, så er det jo bare dejligt at tænke på. Så vil  
393 man jo bare skabe den samme, den samme vibe. Eller sådan et eller andet, ik. #0:23:25.5#

394

395 #0:23:25.7#

396

397 Y: Altså, hvilken følelse giver det så at købe sådan et retro møbel. Hvad betyder det at have det stående,  
398 sådan i forhold til at have et møbel fra Bolia sofa stående? #0:23:30.3#

399

400 X: Altså nu har jeg så en Bolia sofa, lige akkurat. Men før min bolia sofa, havde jeg bare sådan en  
401 genbrugs-loppefund. Altså jeg kan få totalt optur, når jeg har fundet et eller andet fedt loppe, agtigt. Men  
402 jeg kan få ligeså meget optur over min sofa, jo. Så det er nogle andre ting den opfylder. #0:23:57.0#

403

404 Y: Hvorfor kunne du få optur over din gamle sofa og over at finde den, eller at finde et godt møbel?

405 #0:24:2.7#

406

407 X: fordi det var meget billigere. Altså en Bolia sofa koster 30.000 og min genbrugssofa, den havde kostet  
408 400 kr. Men det er så en ting, men en anden ting er at det bare skaber et eller andet udseende, som jeg  
409 godt kan lide. #0:24:17.1#

410

411 Y: Men du siger, at det er fedt. at finde den til 400 kr., Gav det et kick at finde den b #0:24:28.5#

412

413 X: Ja, det. Men man kan også godt mærke at hele den her retro kultur, der er lige nu, med ting fra  
414 70'erne for eksempel og panton lamper og teak møbler og... Det er godt nok også. Genbrugsverdenen  
415 har godt nok også fundet ud af, at folk gerne vil have det. Fordi nogle ting er jo så dyre at man tænker,  
416 okay, så kan jeg jo ligeså godt købe noget der er nyt. Så det er ikke for hvilken som helst pris.

417 #0:24:50.7#

418

419 Y: Så det lægger lidt en dæmper på det? #0:24:55.3#

420

421 X: Ja, lidt. Det er ikke fordi at jeg skal være sådan en der skal være mod alt, som er mainstream, men jeg  
422 kan godt lide, at mit hjem for eksempel. Det skal være mit, det skal ikke bare være en ikea-blad. Det  
423 gider jeg ikke. #0:25:10.0# #0:25:5.9#

424  
425 Y: På den anden måde, hvad er det så det giver dig, at have de her gamle ting? #0:25:9.9#  
426  
427 X: Jamen det skaber en eller anden. Det skaber jo sådan. Jeg føler at mit hjem repræsenterer, hvem jeg  
428 er, som person. #0:25:20.5#  
429  
430 Y: #0:23:30.9# og på den måde. Altså ved at købe fortidens genstande? Har det så noget at gøre med,  
431 hvem du er? #0:25:31.2# #0:25:32.6#  
432  
433 X: Ja, det har det måske. Altså, at man på en eller anden måde gennem sit hjem, kan man skabe den der  
434 "der er ikke så komplekst", "der er måske ikke så travlt" eller... #0:25:49.2#  
435  
436 Y: Så det skaber noget identitetsfølelse? #0:25:52.8#  
437  
438 X: ja, det gør det. #0:25:52.8#  
439  
440 Y: Hvad opnår du, du har måske lidt været inde på det, men hvad opnår du ved købet af fortidens  
441 genstande? Så har jeg skrevet, tilhørsforhold, sikkerhed, tryghed, ro, historie eller varme. #0:26:12.6#  
442  
443 X: Varme, ro eller historie er da så meget #0:26:6.7#  
444  
445 Y: Hvis vi skal tage dem én for én. Hvad går roen så ud på? #0:26:16.6#  
446  
447 X: Det er bare de der farver. Jeg er overhovedet ikke, så den en,øh. Det er ikke fordi jeg kan sidde og se  
448 en aura, vel! Men der er bare nogle farver jeg godt kan lide. Sådan, de der orange og brune, de er sådan  
449 meget bløde. De er sådan rare at kigge på. #0:26:27.6#  
450  
451 Y: Varmen, hvad går den så ud på? #0:26:31.8#  
452  
453 X: Jamen det er jo bare at man gerne vil skabe et sted, hvor der føles. Altså jeg er ikke til kolde farver. Jeg  
454 er helt sikkert mere til guleligt og sølv. Det tror jeg bare er sådan en smagsting. #0:26:46.0#  
455  
456 Y: Hvis din lejlighed var fyldt med moderne møbler, ville den så være kold? #0:26:54.3#  
457  
458 X: Ja, lidt mere, tror jeg. #0:26:49.0#  
459  
460 Y: Ja? Hvordan kan det være? #0:26:49.0#  
461  
462 X: Fordi det er mere, sådan strømlignet og feng shui-agtigt. Jeg kan godt få totalt gøjsen over alt for  
463 meget nips, men der må gerne være. Det skal være, til at være i. Det der med de der hjem, hvor man ikke  
464 kan se, at der bor nogen. Det er bare. Det er bare ikke for mig. #0:27:13.9#  
465  
466 Y: Så de gamle ting, de har mere personlighed eller hvad? #0:27:16.1#  
467  
468 X: Også sådan. Jeg har plader for eksempel og bøger. Der er jo nogen der seriøst, tager bøgerne ud af  
469 deres hjem, fordi det ikke lige passer ind. Det synes jeg er helt crazy, altså. Hvor der kun er en stor  
470 fladskærm. Det kan jeg simpelthen ikke forstå. #0:27:31.7#

471  
472 Y: Nej. Men hvad får du så ud af, at have bøger og plader stående? #0:27:35.6#  
473  
474 X: Jamen, det... for mig repræsenterer det, at man har noget dybde. At alt ikke er... Der hvor man bor er  
475 jo for helevede der hvor man bor, det er der hvor man har hjemme, det er der, hvor man skal kunne...  
476 Det behøver jo ikke at være et udstillingsvindue. Men det er det jo selvfølgelig også, fordi, når man har  
477 gæster, vil man jo gerne have at der er pænt og sådan noget. Men det der med at det ligner at der ikke  
478 bor nogen. Det kan jeg ikke... Jeg kan ikke forstå den renskurrede stil der. Og det repræsenterer sådan  
479 lidt et moderne liv for mig. Ligesom, når man ser de her boligprogrammer ik. Så er der sådan nogle folk,  
480 sådan nogle ejendomsaglertyper, der bare sådan "ej, hvor er der fedt herinde", men hvor man bare  
481 tænker men hvem bor her? Altså, der er jo intet der indikerer noget som helst personligt. Det kan jeg  
482 ikke forstå at man orker at leve i. For mig, der siger det noget om et menneske. Altså, hvis du ikke kan  
483 se, hvem der bor der, så ved du jo heller ikke selv hvem du er, eller sådan. #0:28:34.8#  
484  
485 Y: Det at have have nogle gamle ting eller sådan, det viser noget personlighed, eller hvad? #0:28:41.1#  
486  
487 X: Ja, ikke nødvendigvis... Det gør det så for mig, men det er jo ikke nødvendigvis. Du kan jo godt kan  
488 have et fuldstændig, helt tip top moderne hjem... Altså sådan er mit køkken også, det er ikke fordi jeg  
489 har mange loppe-ting i mit køkken - jo der har jeg så nogle gryder - men der skal vises noget  
490 personlighed, eller kan du lige så godt bo på et kontor eller et eller andet. #0:29:7.7#  
491  
492 Y: Tænker du på tingenes oprindelse, når du køber genbrug og sådan nogle ting? #0:29:17.0#  
493  
494 X: Nok ikke så meget, hvor de stammer fra, nok mere hvad de har gået igennem. Altså alting det har en  
495 historie, og det er sjovt at tænke på, på en eller anden måde. #0:29:27.5#  
496  
497 Y: hvad giver det dig så, at det har en historie? #0:29:33.0#  
498  
499 X: Jamen det, man bliver vel bare en del af noget større, på en eller anden måde. #0:29:40.7#  
500  
501 Y: Altså får tingene, får de dig til at føle dig forbundet med fortiden, med dele af fortiden? #0:30:6.3#  
502  
503 X: Jamen, ikke andres fortid, kun min egen jo. #0:30:6.2#  
504  
505 Y: Men hvis du køber et retromøbel, fra 60'erne, hvor du selv havde været født, får det dig så til at føle  
506 en forbindelse med hvordan tingene var dengang? #0:30:14.2#  
507  
508 X: Jamen på en måde, men det kræver jo måske også nogle andre tiltag. at man sætter en plade på, der  
509 lige... Så man skaber sådan en hel stemning, eller et eller andet. Det ved jeg ikke. Det er bare. Det føles  
510 bare funky. #0:30:30.5#  
511  
512 Y: Hvis du sidder ved morgenbordet, og får en kop kaffe og dit morgenbord er gammelt og det er en  
513 gammel kop og der er en plade på pladespilleren. Hvad sker der så der? #0:30:45.1#  
514  
515 X: Det ved jeg ikke, det føles bare mere hyggeligt? #0:30:49.5#  
516  
517 Y: Føler du så en forbindelse til fortiden, kan du så blive suget tilbage? #0:30:50.8#

518  
519 X: Ej, både og altså. Det er jo det samme med, at man heller ikke, hvis man sidder og skal skabe en eller  
520 anden hygge-stemning, så ville jeg ikke sætte sådan noget nyt elektronisk musik på, selvom det hører  
521 jeg ligeså meget, men så ville jeg helt klart vælge noget, som var sådan... men det er jo sådan, det er jo  
522 ikke kun noget fortids, der er ligeså meget noget med stemningen. For der er bare noget mere varme,  
523 men sådan noget musik fra dengang. Selv elektronisk musik, fra det første der var helt klartnoget mere  
524 melodisk og noget varme, end det har i dag. #0:31:34.9#  
525  
526 Y: Hvordan kan det være tror du? #0:31:34.1#  
527  
528 X: Jamen det ved jeg ikke, folk er vel på steroider eller et eller andet. EJ, jeg ved det ikke, men der er  
529 bare et eller andet. #0:31:49.5#  
530  
531 Y: Der er bare et eller andet. Okay, har det mere at gøre med.. Er det noget andet end lyden i det, altså er  
532 det mere end musikken det handler om? #0:32:1.6#  
533  
534 X: Det behøver vel ikke... for at producere noget i dag, behøver du ikke at kunne noget som helst. Altså i  
535 virkeligheden. Du kan bare taste det ind i en 3d-printer, så har du lavet et møbel eller du kan bare tage  
536 det i garageband, så har du lavet musik. Altså, du behøver ikke at kunne noget, altså det skal man jo  
537 vitterligt ikke, du kan alt, uden at kunne noget. Det er det samme med tv, der er jo de mest sindssyge  
538 programmer, hvor folk er kendte bare for at latterlige, du behøver ikke at kunne noget. Det er jo nok lidt  
539 det, der kendetegner vores tid... Du behøver ikke at kunne noget, for at skabe noget i verden. Og det er  
540 selvfølgelig også meget godt, på nogen områder, men der er fandme også meget crap, ik. #0:32:49.8#  
541  
542 Y: Hvad er det de gamle kan så? #0:32:54.1#  
543  
544 X: Jamen du skulle kunne noget, du skulle have en uddannelse, du skulle dygtiggøre dig. Jeg tror hele det  
545 der dygtiggørelse. Du skulle kunne noget mere, for at skabe et eller andet, som gav mening for nogen, ik.  
546 Jeg tror også det er derfor at de der danske designere, de der danske møbeldesignere, de kunne jo  
547 noget, andet end bare at stikke det igennem en 3d printer. Altså nu kan du jo printe et hus, fra din  
548 computer, altså, det er jo helt vanvittigt. #0:33:14.7#  
549  
550 Y: Altså så hvis vi har en gammel designerstol og en ny stol, der står ved siden af hinanden, hvilken ville  
551 du så? #0:33:25.3#  
552  
553 X: Jeg tror også at dem som... Alt er lavet på fabrikker for eksempel, ik. Før i tiden blev det jo lavet i  
554 hånden og jeg tror nogle af de ting, som man lige betaler lidt ekstra for, så er det sådan noget, det er  
555 håndlavet. Det er sådan et kvalitetsstempel, ik. Men det tror jeg også, det er det jo også bare fordi, det er  
556 jo ikke alle der kan... Sådan en møbelsnedker for eksempel, dem er der jo ikke særlig mange af mere. Så  
557 hvis der er ting der er lavet i hånden, så betyder det jo også at der er nogen med et håndværk der har  
558 produceret det. ik. Så du kan lave alt uden at kunne noget. #0:33:47.0#  
559  
560 Y: Ja. Øh, det her det er næsten mit sidste spørgsmål nu. Hvorfor tror du at fortiden, og vintage og retro  
561 og genbrug det er så meget oppe i tiden? #0:34:2.3#  
562  
563 X: Jamen jeg tror lidt, at det er det der opgør. Jeg tror lidt vi ser et opgør, med sådan noget med at man  
564 bare hele tiden skal købe noget nyt og smide det ud. altså. Selvom ikea er verdens største



565 møbelfabrikant, så tror jeg at... man gider jo bare ikke at, man orker det bare ikke. Folk er meget mere  
566 sådan, bevidste om... Altså i hvert fald i vores del af verden, vi har overskuddet til at være bevidste, men  
567 altså sådan noget med at sortere skrald, eller man skal ikke smide ud hele tiden. Selvom det så også er  
568 os der gør det mest, men jeg tror bare der er ved at komme en modpol til det der hurtigt indpakkede og  
569 sådan what ever. #0:34:53.8#

570

571 Y: Okay, så det er meget det det handler om? #0:34:51.6#

572

573 X: Ja, jeg tror ikke kun det er. Jeg tror det er sådan en bevægelse eller sådan noget, med deleøkonomi og  
574 sådan noget. For vi ved jo også godt at vi kan ikke bare blive ved med at producere og producere og  
575 smide ud og... Så til sidst er der jo ikke noget tilbage. #0:35:10.2#

576

577 Y: Men altså tror du det er mere. Det her det er jo nok, det er jo nok genbrugssiden og det der med at  
578 man kun, at man sådan recykler og genbruger i stedet for at smide ud, men har det også noget at gøre  
579 med at kigger tilbage eller hvad? #0:35:20.5#

580

581 X: Det tror jeg! Fordi der havde man sgu ikke, altså en sofa, hvis du fik en sofa, så skulle den fandme  
582 holde i 40 år, ikke. Det var jo ikke sådan, "nå, nu er jeg lige træt af den, så nu vil jeg have en ny" Det  
583 havde man jo ikke råd til. Altså. og jeg tror at i kræft af sådan en økonomisk krise og miljøkrise og krise  
584 mig her og krise mig der, så tror jeg bare folk er blevet mere bevidst om at, måske kan vi ikke bare  
585 forbruge i en uendelighed. For måske, vi ved ikke, hvad der sker i morgen - alle har været sikret jobs og  
586 vi er fucking i konkurrence med hele verden. Og det er ligesom om at det der monopol på at have, det er  
587 ved at smuldre - og heldigvis et eller andet sted. For jeg tror det har meget med det at gøre, jeg tror ikke  
588 er sådan at man kan tage "jeg synes bare den her lampe er fed", jeg tror det er sådan en del af en kæmpe  
589 stor verdensbevægelse, der foregår lige nu, på alle mulige planer ik. #0:36:20.0#

590

591 Y: Okay. Når du køber genbrug, hvor stor en del af det, er så prisen og jagten efter at finde en eller  
592 anden fed ting. #0:36:34.7#

593

594 X: Det ved jeg ikke, det kommer lidt an på, hvad det er. Hvis man ved, nu mangler jeg en stol, så går man  
595 jo efter den. En eller anden type stol, man havde forestillet sig, så må man jo prøve at spole sig frem til  
596 det. Men jeg vil sige, at jeg går meget mere i genbrug, når jeg er i Jylland for eksempel. Fordi der er alt  
597 mulig mærkeligt. #0:36:56.3#

598

599 Y: Jaja, det er også federe. Men det var faktisk det. #0:37:2.3#

600

601 X: Okay.

602

603 **SLUT**

604 **Ny optagelse #0:00:00:0#**

605

606 Y: Okay, du har valgt et billede her. Som du synes er "nice", som du sagde. Hvorfor er det nice?  
607 Hvorfor er det pænt? #0:0:11.1#

608

609 X: Fordi han bare ser så pisse funky ud. #0:0:17.2#

610

611 Y: Og, hvad er der fedt ved det? Hvad er der federe, ved det her billede, end hvis. Hvis der stod  
612 en mand, der så nøjagtig lige sådan ud, men han havde et sæt nutidstøj på? #0:0:34.4#  
613  
614 X: Jeg ved ikke hvad det er der tiltaler mig, det er bare funky. #0:0:39.7#  
615  
616 Y: Nej okay. #0:0:42.1#  
617  
618 X: Men jeg synes det er meget sjovt. Mig og min søster, vi snakkede på et tidspunkt om sådan  
619 noget med folks ansigter, når man ser på billeder af folk fra 70'erne, det er som om man føler  
620 de ser venligere ud. Og jeg, ved godt, det er sikkert totalt overdrevet og der var sikkert ligeså  
621 mange dårlige mennesker, for mennesker har vel ikke ændret sig på den måde, men jeg ved  
622 ikke, det er som om at der er mere, der er sådan en blødhed over det. Folk er sådan mere  
623 kantet og ham der, man ville jo aldrig nogensinde sætte sådan et billede i et blad i dag, hvor  
624 folk så sådan ud i ansigtet. Det har jo nok egentlig noget med deres ansigt at gøre, at de  
625 udstråler noget meget mere sådan. Man må gerne smile, man behøver ikke lave duck-face hele  
626 tiden. Man kunne have lyst til... Prøv bare at se på ens feed... Af folk der laver duck-face, man  
627 har jo lyst til at argh!!! Det er jo bare mere naturligt, altså man ser mere naturligt ud.  
628 #0:1:33.6#  
629  
630 Y: og du snakker om glødhed, er det sådan i.. #0:1:32.4#  
631  
632 X: Jamen, man har lov til at smile og vise følelser. Det der med at man hele tiden skal være så  
633 up-tight, det er bare trættende på en eller anden måde. Hvis du en fyr i et eller andet spefi  
634 outfit, bare så mere naturlig ud i ansigtet. Det kan godt være at det er det der gør forskellen.  
635 #0:1:53.3#  
636  
637 Y: Men ville det gøre ligeså meget for dig, hvis der var et billede her ved siden af, af en der stod  
638 i. #0:1:56.6#  
639  
640 X: Ja, for i virkeligheden, så er noget af moden, er jo bare helt tilbage i... men skjorter og  
641 bukser og højtaljede bukser. #0:2:1.7#  
642  
643 Y: Men hvis vi snakkede om en der stod i en habit, altså sådan et normalt sæt tøj? og han stod  
644 sådan her? Ville det være lige så fedt, som det der eller hvad? #0:2:19.3#  
645  
646 X: Nej, der er jo også noget med farver og snit og sådan noget ik, som jeg bare synes er  
647 grineren. Men der er helt sikkert noget med den måde, man skal... Det er jo også noget med  
648 skønhedsidealene både for kvinder, men også for mænd. Rigtig meget også for mænd, ik.  
649 Mænd nu, de skal bare være totalt trekantede og sådan skulle de jo ikke se ud dengang. Det er  
650 sådan meget vores idealer for hvordan man skal se ud er også meget forskellige for i dag og  
651 fra dengang. Hvor det er sådan, jeg vil sige, det er nok mere naturligt at se sådan her ud, end at  
652 have beef-cake. #0:2:52.6#  
653  
654 Y: Beef-cake? #0:2:56.9#  
655  
656 X: Ja at man er sådan (stærk) #0:3:3.9#  
657

658 Y: Okay #0:2:55.0#  
659  
660 X: Og det kan man jo se, på næsten alle. Altså folk er bare, øh.. Med mindre du er med i et eller  
661 andet band, så har du ikke lov til at se sådan ud i et blad jo, altså det har man bare ikke. Men  
662 du synes bare at folk de ser gladere ud på en eller anden måde. Altså ja. Jamen det er bare, der  
663 er bare sådan lidt mere, der er bare sådan lidt mere naturligt, sådan lidt mere blødhed over  
664 det.  
665  
666 Y: Hvis man tager sådan et billede her så. Er det det samme med det, eller hvad? #0:3:25.9#  
667  
668 X: Ja, det er også lidt mere afslappet. Ej, okay, men hvis man tog et surf-billede i dag, så ville  
669 det nok også være sådan noget man... Det er jo også en swingcykel man ville bruge, og...  
670 #0:3:33.3#  
671  
672 Y: Men hvis vi tager, hvis der var et billede herovre, fra den her side. Hvor det var fra en eller  
673 anden beachwalk nu til dags, hvor folk bare cykler rundt på nutidens cykler og hun havde en  
674 nutidsbikini på? Ville det så være lige så dejligt at se på eller? #0:3:51.0#  
675  
676 X: Det ville nok være det samme. På nær måske det der med skønhedsideal. Prøv lige at  
677 forestille dig, prøv lige at tænk på Star Wars for eksempel, som var den store action film i  
678 70'erne, den er fra 77 er den ik? Når man tænker på de hovedroller, de er simpelthen så  
679 kiksede jo. Man ville aldrig sætte sådan nogle i hovedrollen - altså Princess Laia ville jo være...  
680 Hun er jo helt outdatet ik, og Luke Skywalker er jo så grim, ik. Det er bare ikke de samme ting,  
681 man går op i, på en eller anden måde... Forstår du hvad jeg mener? #0:4:31.9#  
682  
683 Y: Ja, 100 %, 100 %, det er en meget god betragtning synes jeg. Men jeg tror...