

HJEM KÆRE HJEM

Mette Mechlenborg, projektansat Center for Bolig og Velfærd

Se også net-version på Dansk Designcenters hjemmeside:

<http://www.ddc.dk/DESIGNVIDEN/artikler?pop1=&pop2=&query=mechlenborg>

Engang var det avisens rejsetillæg, som familien drømte sig væk i søndag formiddag. I dag er det bolig-tillægget. Panoramabillederne af eksotiske strande er skiftet ud med glittede stills af lækre indrettede hjem, udendørs køkkener og flydesofaer. Drømmen om det gode liv ligger ikke længere derude. Den ligger derhjemme.

Tendensen kommer til syne i den nostalgiske dyrkelse af gamle klassikere som strikketøj, kernefamilien, bryllupsritualer, frikadeller og persillesovs krydret med up-to-date fænomener som samtalekøkkener, moderne havekunst, MuselMega stel og caféer indrettet som stuer fra mormors tid. Vi ser det i eksplosionen af interiør- og indretningsmagasiner og i de stadig større og mere farvestrålende bolig- og indretningsmesser, som viser det nyeste af det nyeste, og som giver råd og vejledning til, hvordan du selv kan skabe et mere harmonisk, personligt hjem med plads til velvære og webergrill. Alene boligprogrammerne på tv er tegn på hjemmets popularitet. I efteråret 2005 kunne man tælle op til 14 dansk producerede boligprogrammer på de danske kanaler. Her til kommer et uvist antal internationale ditto, foruden en række danske serier om, hvordan du gør rent, ordner have eller gør-det-selv. Samtidig er værdien af danskernes gør-det-selv-arbejde i hjemmet steget fra 26 mia. til 41 mia. siden 1994.

Det der er mest interessant ved hjemmet i dag, er ikke så meget hjemmet i sig selv, som det er fremstillingen af det. Hjem er godt. Hjem er hipt. Og så sælger det. Af samme

grund er hjemmet blevet et vigtigt salgsargument i reklamer og markedsføringsstrategier, som for eksempel hos BG Banks store kampagne ”Hvad koster det at føle sig hjemme?”

Bolig og hjem

Lad os med det samme punktere en myte. Hjem er ikke det samme som bolig. I hverdagen glider de over i hinanden, men i teorien er hjem og bolig to vidt forskellige ting. Boligen er det sted, vi bor. Det er stedet, hvor vi opbevarer vores ting og udfører hverdagens mest banale ritualer. Det er i boligen, vi spiser, vasker os, laver mad, gør rent og sover. Boligen er servicestationen. Det er her vi tanker op, før vi tager på arbejde eller en tur i skoven. Hjemmet, derimod, er alt det, der har med vores følelser at gøre. Hjemmet er familien, kærligheden, traditionerne, det at man hører til eller har hjemme et sted. Og hjemmet behøver ikke at være der, hvor man bor.

For eksempel kan det være andre steder end boligen man tænker på, når man siger, man tager ’hjem’. Man kan tage hjem til Fyn, hjem til sine forældre, hjem til jul. Eller man kan føle sig hjemme på sin yndlingscafé, i naturen, i familiens skød eller i de gode gamle dage. I kristendommen hedder det for eksempel, at man har hjemme hos Gud. Hjemfølelsen kan knytte sig til et sted, en ting, en elskede eller en sammenhæng. Pointen er, at i modsætning til boligen, som er en bolig, uanset om nogen bebor den eller ej, så er hjemmet kun et rigtigt hjem, hvis nogen synes, det er det. Som det siges så enkelt: Home is where the heart is.

Når bolig og hjem så alligevel kan være svære at skelne fra hinanden, er det fordi vi ofte knytter os til boligen og til de ting og mennesker, vi bor med. Vi skaber hjem i boligen.

Forandringernes tid

Groft sagt kan man sige, at mens vi i det forrige århundrede dyrkede vores hjem som en bolig, det vil sige som en funktionel servicestation, så er vi i dag mere interesseret i alt det, der får os til at føle os hjemme. Måske fordi det mere end nogensinde er blevet svært at tale om hjem i klassisk forstand. I modsætning eventyret, hvor helten altid kan vende hjem, når udfordringerne er overkommet og behovet for tryghed melder sig, så er den moderne helt nemlig altid på rejse. Altid på vej.

Vores moderne tid er nemlig kendetegnet ved forandring, bevægelse og af, at gamle traditioner og værdier frit kan erstattes med nye. Blandt globaliseringen gør at vi i dag kan bevæge os mentalt som fysisk. Vi kan tage uddannelser vores forældre aldrig har hørt om og bosætte os overalt i verden. Vi kan være i New York på 8 timer, og ringe til Australien på 8 sekunder. Vi kan surfe på internettet og samle informationer fra overalt på kloden. Spille computer-krigsspil med mennesker overalt i verden, og skabe fællesskaber på tværs af både geografiske, kulturelle og sproglige forskelle. Vi kan købe designertøj fra Japan, spise kinesisk mad og dyrke kabbala. Verden er blevet et stort tagselvbord, og vi kan bare tage for os af retterne!

Men den moderne verden har også gjort det svært for os at følge med. Aldrig har vi været så stressede, forvirrede og forpustede over at tage stilling til nye idealer, situationer, jobs, moder, kærester, værdier, udfordringer og tv-programmer. Den moderne verden giver os mulighed for at være frie, men den kræver også af os, at vi altid er på, on-line og oppe på beatet.

Set i det perspektiv er genopdagelsen af hjemmet en genopdagelse af *forankring* i en tid, hvor *forandring* er blevet grundvilkåret. Når vi dyrker hjemmet i dag, er det fordi hjemmet er

symbolet på værdier og fænomener, som er blevet mangelvarer: tradition, familie, rødder, tilhørsforhold, fællesskab og stabilitet. Kvaliteter, som mange savner, men som vi på den anden side har svært ved at få passet ind i vores stramme, action-pakkede ego-kalendere.

Derfor giver hjemmet og alt, hvad vi forbinder med det, status. Hjem er hipt, og det giver *street credibility*. En overdrivelse? Måske. Men hånden på hjertet: Er der noget mere overskudsagtigt end at skabe ro, familie, bage speltboller og strikke, hvis man samtidig er toptunet i et fitnesscenter, ansat i et innovativt livsstilsfirma og en af SAS's store Pluskunder?

En anden del af forklaringen på hjemmets renæssance er da også, at hjemmet er blevet et vigtigt redskab i opbygningen af en meningsfuld identitet og livsfortælling. Førhen blev det projekt defineret på forhånd af Gud, Konge og far. I dag må vi selv skabe det udfra et uendeligt antal muligheder. Er du goth? Hippie? Socialdemokrat? Enlig mor? Eller vil du bare gerne være dig selv? Livsstilsmagasinerne, butikkerne, tv-kanalerne, stjernerne og numerologerne har alle forslag til, hvordan du kan finde din helt egen personlige stil. Og i dette virvar er hjemmet blevet en form for redningsplanke.

I højere grad end at være et sted, vi bebor, er hjemmet nu noget, vi fortæller og iscenesætter i forhold til vores drømme om det gode liv, vores værdier og håb. At fortælle om hjemmet er ensbetydende med at fortælle, hvem du er. Hvor kommer du fra? Hvor har du hjemme? Og hvad føler du for? Hjemmet er vor tids mest betydningsfulde jeg-isme. Det er her vi finder os selv, og her vi skaber os selv.

Hjemlighed

Der er mange af forestillingerne i dag, der peger tilbage på det klassiske hjem, som det ser ud i eventyret, hvor hjemmet var et fast defineret holdepunkt. Men drivkraften *behøver* ikke at

ligge i ønsket om at genvinde det tabte paradys, som det så ud før globaliseringen og opløsningen af traditioner og værdier. Mere frugtbart er det, at se dyrkelsen af hjemmet som en leg med løsrevne, historiske elementer, der ikke nødvendigvis er bundet til bestemte steder eller levemåder, og som derfor ikke repræsenterer en fast model for, hvordan tingene skal være. Globaliseringen og de nye muligheder har nemlig åbnet op for at vi nu kan føle os hjemme andre steder end derhjemme. I dag kan de egenskaber, vi før forbandt med hjemmet, frit kan investeres i nye former, varianter og udtryk – uden for og i hjemmet.

Set i dette lys er det i dag nærliggende at tale om nye former for hjemlighed frem for hjem. Hjemlighed forstået som oaser i vores travle liv. Oaser, hvor vi skaber ro, tilknytning, fællesskab og nærvær.

Det er en sådan hjemlighed tegnestuen *Mutopia* forsøger at skabe, når de lade beboere sætte deres personlige præg på et byrum i Ørestad Nord, så grænsen mellem det upersonlige offentlige rum og hjemmets personlige udviskes. Lignende hjemlighed møder vi på Islands Brygges havneanlæg, når den med grill, borde og bænke, inviterer os til at tage vores private aktiviteter ud i det offentlige rum. Og den opstår spontant, når vi hiver strikkesøjlet frem i S-toget, tager den personlige mobilsamtale i bussen og har intime snakke med veninderne på cafeen.

At en ny tids forestillinger om hjemlighed kan imødekommes i et marked, viser Årstidernes tilbud til travle byboere om at få back-to-basic kartofler, rodfrugter og grønsager fra vores egen danske baghave bragt direkte til døren med opskrifter og gode råd om tilberedning. Fast food på den hjemlige, fleksible måde!

Hjemlighed er i en ny forståelse, en måde at slå rødder, der ikke nødvendigvis stikker dybt, men som på den anden side kan skabe en fornemmelse af at høre til, være tryk eller have hjemme. Hjemlighed er ikke hjem, men det ligner.