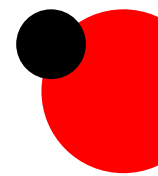


Vi strikker, hækler, koger saft og indretter hjem med stor energi og målrettethed. Hjemmet er ikke længere en selvfølgelighed, så vi må skabe det selv. Livsstilshjemmet, der på en meget kompleks måde kan materialisere, hvem vi er. Det faste ståsted, hvorfra vi kan orientere os i kaos. For mennesket er ikke bare et rejsende væsen, lyder det fra cand. mag. [METTE MECHLENBORG](#). Jo mere vi bevæger os ud i den globaliserede verden, jo mere har vi behov for den trygge ramme, som hjemmet kan være.



Foto: Mette Mechlenborg



# HJEMMLIGHED SOM PROJEKT

”Tidligere fandt man mening ved at ty til Gud, sin familie, slægten og de store idealer, der definerede, hvem man var, og hvilken rolle man havde i samfundet”, fortæller Mette Mechlenborg. ”Men med det moderne gennembrud brød alle de symboler sammen. Hjemmet var den sidste bastion, som for alvor begyndte at forsvinde op igennem 1970’erne. Individualismen satte ind, vi tog opgøret med forældregenerationerne, og hjemmet blev fragmenteret.”

## BLIV LIDT LÆNGERE

Men da Mette Mechlenborg for et par år siden var på jagt efter et specialeemne, fik hun øjnene op for nye måder at introducere hjem og hjemlighed på. ”Jeg sad der i sofaen og studsede over en reklame fra Fakta; Vi vil så gerne have, at du bli’r lidt længere, sagde de. Normalt sælger man supermarkeder på, at de er billige, har stort sortiment og økologisk udvalg m.m., men her var budskabet, at Fakta er et hyggeligt og hjemligt sted. Tag en kop kaffe, så bliver du lige fem minutter længere. Sådan siger man til sin nabo, der kommer for at låne plæneklipperen. Men i denne reklame bliver det hjemlige overført til et supermarked – til den offentlige sfære. Hvis man tager reklamer seriøst, så formulerer de usagte behov og sætter ord på drømme, der allerede findes. Faktas reklamer satte mig på sporet af den nye dyrkelse af hjemlighed og viste mig det paradigmeskift, hvor hjem og hjemlighed igen bliver ladet med positive værdier.”

## IT FEELS LIKE HOME

”Virksomheder og reklamebureauer bruger hjemligheden i et opgør med det upersonlige salg. Jyske Bank byder på kaffe, og BG Bank spurgte: Hvad koster det at føle sig hjemme? SAS flyver med sloganet: It feels like home, hvor fokus er flyttet fra rejsen til målet for rejsen. Og i kunsten slog det stærkt igennem længe før, reklamebureauerne fangede det. Udstillinger tematiserede hjemmet, og da Klaus Rifbjerg blev bedt om at skrive en bog om det, der havde

betydet mest for ham i det forrige århundrede, valgte han at skrive om sit barndomshjem.”

## STRIK OG ÆGTESKAB

Især inden for mode og design blev det tydeligt for Mette Mechlenborg, at hjemmet begyndte at få positiv værdi igen. ”Det musselmalede stel kom på bordet, og det blev hipt at beskæftige sig med den klassiske hjemligheds symboler; strikketøj, mad fra bunden og syltning. Og de store symboler, som mennesket ellers har gjort en masse for at bryde op med, begyndte igen at fylde: Ægteskab, en masse børn og familien.”

## EN LIVSSTIL AT SKABE HJEM

”Men til forskel fra det før-moderne hjem, så er vores hjem nu ikke længere en selvfølgelighed”, understreger Mette Mechlenborg. ”Når vi skaber hjem i dag, ved vi, at de ikke er evige. Vi kan når som helst blive skilt, flytte, få nyt job osv. Hjemmet er ikke bare noget, vi har, og ikke bare noget, vi vender hjem til. Vi har tabt det, og vi må skabe det selv, og derfor er der en helt anden fokus på det. Det er blevet et livsstilshjem.”

## HJEMMET ER ET SPEJL

Mette Mechlenborg forklarer, at hjemmet er et fantastisk sted til at materialisere, hvem vi er, fordi man kan gøre det meget komplekst fx med små greb på køkkenlåger, som kun kan afkodes af de rigtige mennesker.

”Når vi vågner om morgenen, behøver vi ikke at starte helt forfra med at definere os selv, men vi kan kigge rundt, og så bekræfter det materielle, hvem vi er. Verden er et stort tagselvbord, og vi kan blive alting. Hjemmets udseende kommer til at betyde meget, fordi vi spejler os i det, nu hvor vi ikke længere kan spejle os i slægten. Vi spejler os i alt, hvad vi gør. Vi tager hjem på os. Hjemmet er et spejl. Det er mig.”

"Hjemmets udseende kommer til at betyde meget, fordi vi spejler os i det, nu hvor vi ikke længere kan spejle os i slægten."

"Når nu parcelhuskvarteret er konkretiseringen af den danske boligdrøm, hvorfor er det så fraværende i kunst og litteratur?"

#### METTE MECHLENBORG

Cand. mag. i moderne kulturstudier, ph.d-studerende  
Syddansk Universitet  
mechlenborg@litcul.sdu.dk

Afhandlingen forventes færdig i 2011

#### LÆS MERE

*Digterisk bor mennesket. Kunsten at skabe hjem*, magasinet AFART, 2009

*Hjemme i globaliseringen*, Dansk Sociologis temanummer om boligforskning, 2008.

*Home is where the entertainment is*, Funcity (red. Martin Zerlang og Gitte Marling), Arkitektens Forlag, 2007.

*Hjem og hjemlighed i det aktuelle kulturlandskab*. Kultur uden centre, red. Anne Scott Sørensen og Martin Zerlang, Forlaget Klim, 2006

*Boligdrømme og forbrug*, Årbog Økonomi og Samfund 2006, red. Peter Nielsen, Frydendal, 2006.

*Hjem kære hjem*, katalogtekst, Honey I'm Home, Danmarks Design Center, 2006

#### HOS MORMOR

Men hvad er det så for et hjem, der bliver defineret?, spørger Mette Mechlenborg. Hvis der ikke er et selvfølgelig hjem, så behøver det heller ikke kun at ligge derhjemme, men kan også ligge derude!

"Storbymennesket sidder på cafeer, der hedder "Hos mor-mor" og indretter hjem rundt omkring sig. På arbejdspladser er det også legalt at dyrke det intime og personlige. Forskellige strategier for hjemlighed udfoldes med simple living, enkelhed, græs, grønt og sande værdier."

#### IDEALET OM REJSEN

Mette Mechlenborg pointerer, at det seneste århundrede har haft fokus på rene linier, funktionalisme og en stærk tro på fremskridtet. Mantraet "Morgendagen venter" har været helt centralt. "Hjemmet var et klaustrofobisk sted, som man skulle gøre oprør mod og hurtigst muligt forlade for at komme ud i den store verden. Jeg tilhører en generation, der er opdraget med idealet om nedbrydelse af traditioner og den stærke ide om rejsen som noget positivt. Det derude er bedre, end det vi forlader. Men nu ser vi faktisk en anden bevægelse, hvor gamle former og rammer genbruges fx i møbler. Også vores design hjemliggøres."

#### FORANKRING

At mennesket er ikke bare et rejsende væsen, der skal bryde alle lænker og rammer og blive et frit væsen, vil Mette Mechlenborg gerne bevise. "Mennesket ønsker ikke altid at blive frit. Det er et stort ansvar hele tiden at skulle være på vej. Filosofferne siger: Alting flyder. Globalisering er en evig rejse, og man kan ikke slå rødder i kviksand. Det er en masse klicheer og kun en ud af flere måder at se det på. Man kunne jo også sige, at vi mere end nogensinde har brug for stabilitet. Tryk danner modtryk. Jo mere vi bevæger os, jo mere har vi behov for at stå stille. Forandring afsætter behovet for forankring."



### KUNSTEN BESKRIVER OG SKABER

At nedbryde barrierer mellem kunst, litteratur og hverdag er et af Mette Mechlenborgs erklærede mål. Men hvad skal boligforskningen med kunst og litteratur, når vi kan gå ud og se på boliger? Og hvorfor skal vi læse om et hjem, når vi kan se et?

”Kunst og litteratur kan definere det, som ikke er defineret endnu og skabe erfaringer, som end ikke er erfaret endnu. Kunsten har en slags dobbelteffekt, fordi den beskriver noget, som endnu ikke er der, og samtidig er med til at skabe det. Et eksempel er forfatteren Charles Baudelaire, som flanerede i det nye Paris og fik os til at forstå, at det moderne er forbundet med bevægelse. Vi kan se Paris i dag,

men det er ham, der har været med til at definere erfaringen af den nye by, fordi han satte ord og erfaringer på det nye.”

### PARCELHUSET FRAVÆRENDE I KUNSTEN

Og netop kunsten er udgangspunktet for Mette Mechlenborgs aktuelle forskningsprojekt. ”Når nu parcelhuskvarteret er konkretiseringen af den danske boligdrøm, hvorfor er det så fraværende i kunst og litteratur? Børn tegner hus med have og en sol, der skinner. Parcelhuset er normen, som vi alle tager udgangspunkt i. Positivt eller negativt. Det er indbegrebet af hjem. Men hvordan kan det være, at det mest populære sted, hvor folk lever deres liv, enten ikke er skildret i kunsten eller er skildret negativt. Det undersøger jeg nu.”