

Russell W. Belk (1995). **Collecting in a Consumer Society**, Routledge: London, 198 sider.

Anmeldt af: *Per Østergaard*, lektor ved Institut for Afsætnings Økonomi, Odense Universitet.

Den anmeldte bog har umiddelbart ikke meget at gøre med kvalitative metoder. Der er bortset fra få sider ikke nogen analyse af kvalitative data eller metodiske refleksioner. Til trods for dette er bogen og dens forfatter absolut et nærmere studium værd for folk med interesser inden for kvalitative metoder.

Bogens emne er fremkommet gennem forfatterens studier inden for konsumentadfærd, hvor han primært har benyttet kvalitative metoder. Disse studier har deres udgangspunkt i, hvordan indkøbssituationen har betydning for, hvad der købes, og der ses nærmere på, hvad de erhvervede produkter betyder for konsumenten. I denne forbindelse bliver det klart, at nogle produkter ændrer status fra profane til hellige gennem konsumenternes brug af disse. En sådan transformationsproces foretages, når et produkt kommer til at indgå i en samling (a collection). I nærværende bog ser vi, at en tilfældig dåse ændrer karakter, når den indtager en plads i en samling af dåser. Eller vi ser, at tilfældige nøddeknækkere bliver til hellige objekter, når de indgår i en samling. Det er gennem anvendelsen af kvalitative metoder i studiet af generel konsumentadfærd, at forfatteren i sine tidlige arbejder er stødt på det fænomen, at en stor del af vores forbrug i dag indgår som elementer i en samling.

Med udgangspunkt i ovennævnte erfaring har forfatteren bevæget sig stadig dybere ind i studiet af det at samle på noget. Dette er sket gennem dels empiriske studier, baseret på kvalitative metoder, der, som det påpeges i bogen, omfatter 200 dybdeinterviews. Desværre får vi i bogen kun ganske få eksempler fra dette store empiriske materiale. I stedet er bogen præget af meget omfattende teoretiske studier i fænomenet at samle. Dette er sat ind i en kulturhistorisk sammenhæng, hvor vi til sidst når frem til vor tids forbrugskultur og en belysning af det omfang og den betydning, som det at samle har. Bogen fungerer udmærket som et akademisk værk, der gennemgår ovennævnte emne. Ud fra et kvalitativ metode synspunkt er det dog påfaldende, hvordan teksten bliver langt mere levende og vedkommende i de alt for få passager, hvor der gennemgås empirisk materiale. Her fornemmer man tydeligt, hvordan et fænomen nok lader sig behandle teoretisk, men at det bliver meget mere overbevisende, når vi præsenteres for samlerne og deres verden. Som det er velkendt, så er det ofte sådan, at man kan have sine tvivl om verden nu også er så irrationel som den teoretiske analyse påviser, men når man først får præsenteret empiriske materiale om samme emne, kan det ses, at virkeligheden langt overgår teorien.

Den teoretiske analyse i denne bog opstiller en udmærket ramme for studiet af det at samle, men efter at have fået præsenteret nogle få data, og en analyse af disse, bliver det tydeligt, i hvor høj grad den teoretiske analyse mangler den kvalitative analyses evne til at formidle indlevelse i det behandlede emne. Bogen er på denne baggrund interessant i relation til kvalitative metode, da forskellen mellem de forskellige analyseformer her træder tydeligt frem.

Når forfatteren her har valgt ovennævnte fremstillingsform, hvor der kun er en meget sparsom præsentation af data, kan det skyldes flere omstændigheder. En kunne være at forfatteren allerede har publiceret omfattende i relation til den empiriske analyse baseret på kvalitative metode. Til trods for at denne publicering primært er foregået i tidsskrifter kan det være, at forfatteren (eller forlaget) har ment, at denne analyseform allerede er tilendebragt og tilgængelig, hvorfor det ikke er

nødvendigt at medtage denne i nærværende bog. Som det har været antydnet, så finde jeg ikke denne disponering heldig. Bogen ville med inddragelse af flere empiriske analyser have hævet sig op over den lærde og tørre akademiske form, til en medrivende fremstilling af et særpræget emne, der ville kunne fange mange læsere, hvis muligheden for indlevelse i teksten havde været større.

På et metaniveau er bogen et interessant eksempel på, hvordan en forsker gennem anvendelsen af kvalitative metoder til generelle studier af konsumentadfærden støder på en række fænomener, som f.eks. det hellige og det at samle, der ikke umiddelbart synes at have meget at gøre med konsumentadfærd. I dette tilfælde har forfatteren valgt først at analysere fænomenet empirisk for så at ende op med en teoretisk analyse af samme fænomen. Jeg havde gerne set, at den teoretiske analyse havde inddraget de empiriske analyser. Det ville have gjort bogen til langt mere end den udmærkede akademiske fremstilling som vi præsenteres for her.

Per Ostergaard, Dept. of Marketing
Odense University, DK-5230 Odense M.
Denmark
phone: (+45) 6557 3235; Fax: (+45) 66 15 51 29