



LUNDS UNIVERSITET
Campus Helsingborg

Kulturens kommersialisering

Erika Andersson Cederholm & Elisabeth Högdahl

**”Vi vandrade genom några gamla byar på
Himalayas sluttning... det kändes så äkta...”**

**”Vi bodde hemma hos ett lantbrukarpar på
Österlen och allt var så genuint”.**

Äkthet som verktyg

...för att ”rama in” upplevelsen

...för att locka

...för att sälja

...för att skapa en identitet

Dimensioner av äkthet



Dimensioner av äkthet



Dimensioner av äkthet

- Objektiv
- Socialt konstruerad
- Personlig (fenomenologisk)

Jamal & Hill (2004)

Dimensioner av äkthet

- ”Ursprunget” (essentiell, platsbunden)
- ”det Unika” (positionell äkthet, distansering från massproduktion)
- ”existentiell äkthet” (flow, liminalitet)