

Forbruk

Arne Olav L. Hageberg

Journalist og nettansvarleg i Psykologtidsskriftet

– Det er ikke naturlig for folk å kjøpe, kjøpe, sier historiker Christine Myrvang. [...]

Myrvang forteller om forbrukersamfunnets fødsel i perioden rundt første verdenskrig, og skriver om reklamemakerne, psykologene, kjøpmennene, designerne og kredittordningene som alle jobbet for å fjerne folks «kjøpemotstand».

– Fabrikproduksjon, reklame og salgopsykologi bidro til å gjøre det som tidligere var luksusartikler for de få, til «nødvendighets-artikler» for de mange, forklarer Myrvang.

Dn.no 27.3.2009