

# RE:YARNING

ELEONOR HORNER

Högskolan för Design och Konsthantverk, Göteborgs Universitet  
Göteborg, Vårterminen 2012  
Examensprojekt 30 hp, Konstnärligt Masterprogram i design 120 hp

## ABSTRACT

From a social perspective, I have been working on how to change current consumption patterns through a change in people's behavior and attitude towards their possessions. The concept is based on how we can value, care for, and preserve our belongings by using theories in the empathic design field. I have created a structure that allows people to become an active part of a creative process and create their own products. Through this commitment, an emotional relationship is built between the user and the product, and the product tends to gain a longer life. Based on a method to manufacture your own yarn by reusing old clothes, I want to provide the basic tools for an easy and playful way to build the knowledge needed to produce something useful.

Nyckelord: Social design, Återanvändning, Textilspill, Gör-det-själv, Garn

Jag vill tacka min handledare Helena Hansson och alla som deltog i min referensgrupp.

Ett speciellt tack till Cecilia för all hjälp.

# INNEHÅLLSFÖRTECKNING

INLEDNING	1
BAKGRUND	1
PROBLEMOMRÅDE	2
AVGRÄNSNINGAR	3
SYFTE	4
MÅL	4
TEORI OCH METOD	5
FRÅGESTÄLLNINGAR	5
GENOMFÖRANDE	6
MATERIAL	6
REFERNSGRUPP	9
MARKNADSANALYSER	10
UTFORMNING	11
RESULTAT	14
REFLEKTION	18
KÄLLFÖRTECKNING	20
BÖCKER	20
ARTIKLAR	20
INTERNET	20
BILAGOR	21
CO-PRODUCER	21
STORYTELLING	21
PATINA	21
MARKNADSANALYS - STICKNING	22
MARKNADSANALYS - DIY OCH UPCYCLING	23
BILDFÖRTECKNING	24

# INLEDNING

## BAKGRUND

Frågeställningar inom ekodesign och hållbar konsumtion har haft stort fokus på att hitta sätt att designa om produkter på ett mer miljövänligt sätt, och utifrån tekniska lösningar hitta en mer effektiv resursförbrukning och minimera spillet inom industrin utifrån cradle-to-cradle principen (Thorpe 2010, sid 7). Självklart är det viktigt att vi producerar nya produkter på ett bra och miljövänligt sätt, men för att hitta ett hållbart förhållningssätt till konsumtion krävs att även användarens behov och beteenden inkluderas. För att få en förändring är det viktigt att inte bara se på vad som konsumeras, utan även varför konsumtionen ser ut som den gör. Annars är risken att de miljövänliga produkterna konsumeras utifrån samma slit- och slängmentalitet, och istället för hållbara produkter designar vi "hållbart avfall".

Konsumtion består till viss del av att tillgodose våra verkliga behov, men framförallt handlar den om att tillfredsställa de begär som byggs upp utifrån sociala strukturer. Socialiseringsprocessen är det sociala samspel som bidrar till att vi människor lär oss de värderingar, normer, beteendemönster och åsikter som bildar mönstren i vår kultur. Detta är en process som pågår under hela livet och det är under denna process vi lär oss att granska vårt eget beteende utifrån andra människors perspektiv. Vi lär oss vad som förväntas av oss och då det uppstår nya situationer med nya normer, värderingar och förväntningar måste det ske en resocialisering för att omforma vår identitet till att passa in i det nya sammanhanget (Newman 2004, sid 132 ff). Vårt skapande av identitet handlar alltså om att skapa en bild av oss själva för att få tillträde till en viss grupp där vi kan känna tillhörighet och gemenskap. "Inom gruppen möjliggör identiteten känslor av samhörighet och gemenskap. Den hjälper den egna gruppen att upprätta och vidmakthålla gränser gentemot andra grupper. Identiteten berättar både för individen inom gruppen och för andra vilka som tillhör respektive inte tillhör gemenskapen" (Stier 2003, sid 58).

Bilden av oss själv kan dels byggas upp utifrån sociala aspekter, men konstrueras mycket av de kännetecken för gruppen vi konsumerar. Detta kan vara i form av kläder, möbler, bilar, smycken etc., men i slutändan går det ändå ut på att köpa sig en acceptans i gruppen. Inom olika grupper värderas saker olika högt, och det gäller att vara medveten om vad som gäller för den grupp man vill tillhöra. Vi konsumerar för att få ingå i ett socialt sammanhang och känna oss trygga i en grupp, men denna konsumtion bygger samtidigt upp vår egen självbild, då självbilden utgår ifrån hur vi tror att andra ser på oss eller hur vi vill att de ska se på oss. Vi strävar efter att få bekräftelse från gruppen och genom att konsumera rätt attribut bekräftas vår identitet genom att vi bevisar för andra vem vi är. För om vi bryter mot de koder och normer som finns i gruppen kan detta leda till sanktioner så som sänkt social status, men i värsta fall även ett uteslutande ur gruppen. Detta bygger upp en rädsla att vi är otillräckliga, att vi hela tiden måste

granska oss själva och den bild vi förmedlar. Vi konsumerar för att passa in, och reklamindustrin ser till att vi blir exponerade för en ständig ström av åtråvärda produkter. Samtidigt spelar reklamen på vår personliga osäkerhet för att manipulera oss att köpa än mer. Denna glorifierade bild av att nya bättre produkter ska göra oss lyckliga och tillfredsställda har bidragit till att våra förväntningar på produkter blivit så orealistiskt höga att det enda tänkbara resultatet är besvikelse.

Samtidigt finns det en inbyggd rastlöshet hos oss, en längtan efter ständig utveckling och förändring. På grund av denna förändring finns det alltid en brist, det vi redan äger lever inte upp till våra förväntningar och det finns alltid något mer åtråvärt som vi anser skulle göra livet så mycket bättre. Detta behov är starkare ju större glappet mellan verkligheten och drömmen är, så länge det finns en obalans i hur vi lever och hur vi egentligen skulle vilja leva kommer vi inte känna oss tillfredsställda utan hela tiden sträva efter mer (Chapman 2005, sid 38 f).

De produkter vi äger kan ha en varierad livslängd, så länge produkterna är "up-to-date" med den bild vi vill måla upp behåller vi dem, medan vi gör oss av med de produkter vi "växt ifrån". Problemet är att samtidigt som vi människor är i ständig utveckling så är de produkter vi äger hopplöst frusna i tiden, vilket innebär att de har ett bäst-före datum. Detta leder till en obalans i förhållandet mellan användare och produkt, och slängda produkter kan ses som ett tecken på en sådan misslyckad relation (Chapman 2005, sid 42 ff).

## PROBLEMMOMRÅDE

Då vi konsumerar produkter utifrån att de ständigt är utbytbara är det inte bara den självklara negativa miljöpåverkan som blir ett problem. Vi förlorar även den känslomässiga relationen till det vi äger, de minnen och berättelser som byggs upp till våra ägodelar över en lång tid försvinner. För att få med dessa värden i produkter som förbrukas i en snabb takt måste de istället konstrueras av oss designers som en försäljningsstrategi.

Detta blir problematiskt då detta emotionella band krävs för att vi ska knyta an till våra ägodelar och vara villiga att behålla och bevara dem över ett längre tidsspann. Teorier inom empatisk design pekar på olika sätt att bygga upp denna känslomässiga relation mellan användare och produkt, men de tre huvudsakliga trender man kan urskilja är co-producer, storytelling och patina.

Co-producer innebär att man istället för att se användaren som en passiv åskådare låter denne vara delaktig i utformandet av produkten för att skapa en känsla av att produkten är beroende av användaren. Detta är ett sätt att få användaren att engagera sig i processen för att på så sätt få det känslomässiga bandet till produkten. Detta kan också innebära att utformandet av produkten sker över en längre tid, och man inte får en

direkt respons. Istället måste man ta sig tid att öva in och bemästra denna process på ett hantverksliknande sätt, för att så småningom kunna komma fram till ett slutresultat.

Teorierna kring storytelling är att produkten utvecklas i en sakta takt över en längre tid. Produkten förändras tillsammans med användaren och bygger upp olika skikt av en historia som bär på spår av användarens investerade omvårdnad och omtänksamhet. Då produkten är en bärare av användarens minnen och historia är tanken att detta ska skapa en känslomässig samhörighet, och på så sätt kommer användaren inte göra sig av med produkten.

Patina har som utgångspunkt att produkter får ett större värde med tiden, att utseendet och uttrycket bara blir bättre och bättre, och därmed ser vi ett värde i att bevara produkten. Detta är en motreaktion till "box-fresh" produkter som är som allra bäst då de är nya och oanvända och därefter bara blir sämre och sämre tills vi tillslut gör oss av med dem. Problemet då man försöker eftersträva "perfektion" i en produkt är också att det blir en inbyggd utbytbarhet då man som användare vet att det alltid kommer komma något mer "perfekt" att byta upp sig till.

Detta betyder att om det ska ske en förändring i de rådande konsumtionsmönstren krävs det inte bara tillgång till mer miljövänliga produkter, utan det måste ske en förändring i de invanda beteenden som finns kring konsumtion. Enligt habit-teorier inom psykologin kan beteenden ses som frozen och det krävs en unfreezing process för att det ska kunna ske en förändring och ett beteende kan ersättas av ett nytt. Man kan dela in denna process i sju steg; först och främst måste viljan att förändras aktiveras, sedan reflektera över det nuvarande beteendet, överväga vilka alternativ som finns, planera det nya beteendet, testa det nya beteendet, utvärdera det nya beteendet och till sist etablera det nya beteendet så det blir till en ny frozen vana (Gulden 2011, sid 3 f).

## AVGRÄNSNINGAR

Arbetet utgår från ett mikroperspektiv, där man som enskild individ kan se att man är en del i förändringen genom att vara med och påverka med sitt eget agerande. Detta val gjordes därför att risken då man istället fokuserar på ett makroperspektiv och större strukturella förändringar är att förändringar i samhällsstrukturen kan ses som något som händer oss istället för något som vi är med och skapar. Istället för att bli motiverande kan detta leda till en känsla av hopplöshet och att ens egna ansträngningar inte spelar någon roll i det stora hela.

Arbetet har sin grund i teorier inom olika områden, men har avgränsats till att främst fokusera på de empatiska teorierna angående hur man bygger känslomässiga band mellan användare och produkt. Inom dessa teorier valdes dessutom ytterligare de tre huvudtrenderna co-producer, storytelling

och patina ut, då de var mest relevanta för att få en intressant infallsvinkel i arbetet. En annan viktig del i arbetet är hur man kan förändra ett invariant beteende, och här har fokus varit på de första stegen av unfreezing processen, nämligen hur man aktiverar viljan att förändras, reflekterar över sitt eget beteende och överväger ifall det finns något attraktivt alternativ att ersätta beteendet med.

Utifrån dessa teorier har arbetet avgränsats till att behandla textilavfall då detta är ett stort problem för tillfället på grund av att det inte finns något fungerande pantsystem. Detta leder till att spillet istället för att komma tillbaka till textilindustrin för att återanvändas istället hamnar i soporna. Eftersom konceptet bygger på att användaren på ett enkelt sätt ska kunna vara delaktig i hela processen blev utgångspunkten de gamla kläder man själv har hemma och hur man med en enkel tillverkningsprocess kan tillverka garn som sedan kan bli olika produkter.

Konceptet är tänkt att vara tillgängligt för alla, men har i detta stadium fokuserat på en yngre målgrupp som en startpunkt, för att sedan kunna spridas till en bredare målgrupp.

## SYFTE

Det övergripande syftet med arbetet var att problematisera och ifrågasätta hur vi förhåller oss till konsumtion, men samtidigt även se till de positiva värden vi får ut av att konsumera, och hur man skulle kunna ta tillvara dessa på annat sätt än att ständigt konsumera nya produkter. Genom att visa på ett konkret alternativ var avsikten att försöka aktivera människors vilja till förändring och börja reflektera över sitt förhållningssätt till konsumtion, för att på så sätt bidra till ett första steg i ett förändrat beteende.

Det personliga syftet med arbetet var att få chansen att dels få mer kunskap om olika aspekter kring hållbar utveckling och sociala teorier om konsumtion, men även få tid att gå in mer på djupet för att hitta nya förhållningssätt och göra egna ställningstagande i frågorna. Samtidigt var detta arbete även ett sätt att fördjupa den egna designprofileringen och en undersökning i hur man som designer kan arbeta med dessa frågor.

## MÅL

Målet med arbetet var att utifrån empatiska teorier utforska hur man kan skapa ett mer hållbart förhållningssätt till konsumtion genom att inspirera människor att engagera sig i den kreativa processen och skapa egna produkter. Genom att bygga upp en struktur över hur man kan sprida konceptet och göra informationen tillgänglig för alla att ta del av var målet att på ett konkret sätt visa hur man på ett enkelt sätt kan komma igång och använda dessa metoder.



## TEORI OCH METOD

Arbetet utgick från ett hermeneutiskt perspektiv, en vetenskaplig inriktning där den huvudsakliga forskningsmetoden är att själv göra tolkningar och inte söka absoluta sanningar. Genom att tolka ett problem utifrån sina egna erfarenheter får man nya erfarenheter, som i sin tur blir förförståelse i de nya tolkningarna av problemet.

Dessutom användes teorier kring hållbar utveckling, med utgångspunkt i empatisk och social design. För att få mer kunskap om konsumtion och identitetsskapande beteende utgick arbetet även från psykologiska och sociologiska teorier, speciellt socialiseringsprocessen, dvs. det sociala samspel som bidrar till att vi människor lär oss de värderingar, normer, beteendemönster och åsikter som bildar mönstren i en kultur.

I början av arbetet var det stort fokus på litteraturstudier inom ecodesign, empatisk design och hållbar utveckling, dels för att få djupare kunskap inom dessa ämnen men även för att kunna avgränsa arbetet så att det kändes relevant inom området. För ytterligare fördjupning gjordes analyser över marknaden och de metoder som använts för att arbeta med hållbarhetsfrågor. Utifrån detta skiljdes tre huvudsakliga trender ut och genom att applicera dessa på ett verkligt exempel undersöktes hur de skulle kunna fungera i praktiken. Under arbetes gång användes även en mindre referensgrupp för att testa de teser som uppkom och för att få återkoppling om hur metoden uppfattades och upplevdes ur ett användarperspektiv. Utifrån detta påbörjades skissprocessen och utformningen av konceptet.

## FRÅGESTÄLLNINGAR

Hur kan man som designer påverka människors beteende?

Vad krävs för att en produkt ska anses vara hållbar och vad krävs för att användare ska vilja behålla en produkt?

Hur påverkar de empatiska värdena relationen mellan användare och produkt?

Går det att skapa en produkt som förändras med användaren och lever upp till dennes behov och krav?

## GENOMFÖRANDE

I början av projektet användes mycket tid till litteraturstudier för att få en djupare kunskap i ämnet och att ringa in problemområdet. Genom detta urskiljdes de tre huvudsakliga teorierna, co-producera, storytelling och patina som arbetet byggdes vidare utifrån. Den viktigaste och mest intressanta aspekten av arbetet var vilken roll man som användare respektive designer har i utformandet av en produkt. Tanken var därför att dela upp resultatet i tre delar och genom att ge dem en gemensam nämnare, antingen i valet av material och teknik eller i typ av produkt, få en jämförelse mellan de olika teorierna.

För att applicera teorierna på konkreta exempel valde jag att gå tillbaka till mina egna intressen och min egen historia. Bakåt i min släkt har det varit väldigt knäppa förhållande, det är en släkt av pigor, drängar och grovarbetare, där mina föräldrar är den första generationen som fått möjlighet att skaffa sig en akademisk utbildning. I detta arv har även funnits en självklarhet i att ta tillvara på det man äger och inte kasta något i onödan. Detta tankesätt hade sitt ursprung i de ekonomiska aspekterna och man bevarade och lagade och använde trasiga saker för att göra nytt, som exempelvis att gamla tygtrasor blev trasmattor, som sedan levte vidare och funnits med i min uppväxt. Olika sorts handarbete har alltid varit en självklar del, och jag lärde mig sticka när jag var liten och det har följt med mig sen dess. Samtidigt har min egen uppväxt även varit präglad av de mer ekologiska aspekterna i att vara med i den skapande processen för att ha kontroll genom att exempelvis odla egna grödor utan bekämpningsmedel, baka bröd utan konserveringsmedel och köpa mjölk direkt från bondgårdar. Då vi även var en stor familj med många syskon har det även funnits de praktiska och ekonomiska lösningarna i att ha gemensamma saker ärva allt från kläder till leksaker av varandra.

Då jag i mitt researcharbete hittade en metod för hur man kan använda tyg för att tillverka eget garn kändes detta som en bra infallsvinkel i projektet och som samtidigt knyter ihop det med min egen historia på ett fint sätt.

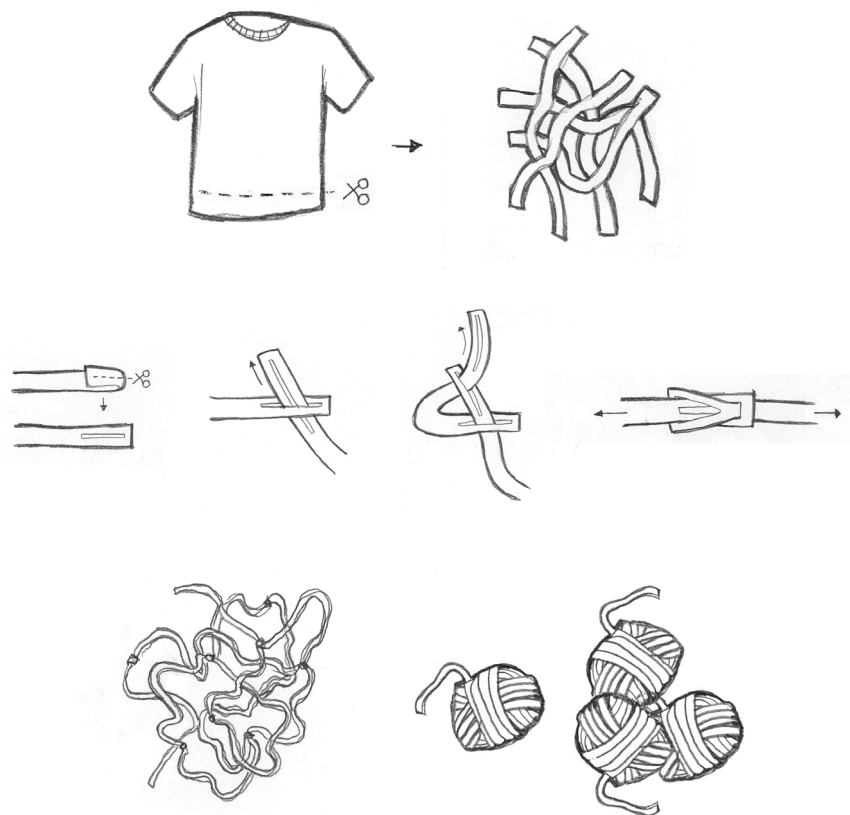
## MATERIAL

Textilspill är ett stort problem i nuläget och i rapporten "Mot en mer hållbar konsumtion: En studie om konsumenters anskaffning och avyttring av kläder" tar forskare vid högskolan i Borås bland annat upp olika problem kring hanteringen av utslitna kläder. I Sverige slängs det varje år i genomsnitt 8 kilo textilier per person och då det inte finns ett fungerande pantsystem, som för exempelvis burkar och flaskor, vet man inte var man ska göra av textilt avfall. Istället för att återanvändas hamnar de i soporna, trots att det finns en mängd användningsområden inom textilindustrin. Rapporten tar även upp att det finns ett gap mellan miljömedvetenhet och klädkonsumtion, och detta gäller främst bland yngre konsumenter. Men samtidigt pekar den

även på att det finns en stark växande trend av miljömedvetenhet hos många unga, som exempelvis köper mycket kläder second hand och arrangerar klädbytardagar, och i denna grupp handlar det mycket om ideologi, identitet och grupptillhörighet. (www.forskning.se)

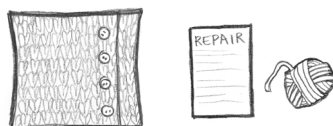
Jag ville att konceptet skulle bygga på enkelhet och tillgänglighet och valde att utgå från material som de flesta redan har i sina ägor, nämligen gamla utslitna kläder som inte längre är användbara i den form de är och därför inte heller går att skänka till second hand butiker. Istället för att se kläderna som skräp ville jag lyfta det värde som finns i materialet genom att visa hur man med en enkel tillverkningsprocess kan bearbeta det till något värdefullt.

Genom att testa olika sorters tyger och även andra material för att tillverka garn, blev resultatet att trikåtyger var de som passade bäst till denna metod då de inte nopprar eller trådar sig som andra tyger. Utifrån egen erfarenhet av att försöka sy om och skapa nya produkter av kläder eller trikåtyger är problemet ofta att det är svårt att få till en snygg finish, då det strechiga tyget gör att sömmarna lätt blir vågiga och resultatet blir att man besviken ger upp. Men då man tillverkar garn av tyget blir strechen istället en fördel, eftersom garnet blir lätt och smidigt att arbeta med och ger ett fylligt och jämnt resultat. Tillverkningen av garnet går till på så sätt att man med en vanlig sax klipper remsor av trikåtyget som sedan sammanfogas.



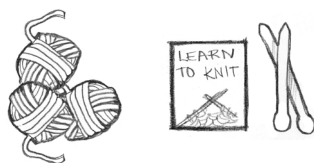
För att koppla samman den teoretiska delen med den praktiska metoden att tillverka garn var målet att skapa ett tredelat resultat, där de olika teorierna representerade olika nivåer av engagemang från användarens sida. Utifrån detta var tanken att skapa en diskussion runt hur detta påverkar hur användaren knyter an till produkten, men också vilken roll man får som designer.

Nivå 1



Produkt  
Manual - laga och ta hand om produkten  
Material att laga med

Nivå 2



Garn  
Manual - sticka din egen produkt  
Stickor?

Nivå 3



Manual - gör ditt eget garn av gamla kläder

Men efter att ha presenterat arbetet och tankegångarna halvvägs in i projektet och utvärderat återkoppling tog jag ett steg tillbaka och funderade på vad som egentligen kändes viktigast i projektet, och kom fram till att detta inte riktigt var rätt sätt att arbeta med problemet. För att få fram det som bedömdes som mest intressant ändrades fokus till att istället handla om hur man kan inspirera människor till att ändra ett beteende och istället för att dela upp resultatet i tre delar, fokusera på styrkorna i teorierna och skapa ett sammanhängande koncept.

Det viktigaste att ta fasta på i de empatiska teorierna låg i att engagera användaren att vara med och påverka produkten, för att på så sätt få ett emotionellt band till den. Men för att översätta teorierna till att verkligen fungera i praktiken kändes det avgörande att den slutprodukt användaren skapade var något användbart samtidigt som den gav tillfredsställelsen som stoltheten i att skapat något själv gör. Min egen erfarenhet när det gäller att själv skapa saker, som jag tror många delar med mig, är att det antingen är svårt och krävs mycket kunskap för att komma igång och göra något som man faktiskt i slutändan kan använda, eller att resultatet inte får en tillräckligt snygg finish för att man ska vilja använda det.

## REFERENSGRUPP

För att utvärdera metoden och testa mina teser bjöds en mindre grupp testpersoner in, i olika åldrar och med olika nivå på kunskaper inom handarbete. Utifrån instruktioner i form av enkla skisser och förklarande text hur själva metoden fungerar fick de själva tillverka garn av sina gamla kläder och använda valfri metod för att tillverka något av garnet. Återkopplingen blev främst hur instruktionerna tolkades och hur metoden upplevdes, vilket sedan kunde användas för att utveckla och göra detta mer lättförståeligt. Annat som framkom var att även som ovan handarbetare kändes materialet "förlåtande", det gick snabbt att se resultat och det man skapat blev "oväntat, snyggt, annorlunda och ganska proffsigt". Samtliga poängterade även att själva återvinningen gjorde upplevelsen mer positiv och att det var värt lite extra arbete då det kändes som ett gott syfte att låta kläderna få ett nytt liv. "Man blir mycket stolt över att det är hemmagjort på riktigt, inga genvägar och ingen onödig konsumtion."



## MARKNADSANALYSER

För att undersöka hur marknaden ser ut i dagsläget gjordes research på handarbete med fokus på stickning genom att analysera hur böcker, tidningar, bloggar och hemsidor om ämnet ser ut. Dessutom undersöktes även olika do it yourself produkter och koncept, upcycling och olika metoder för att återanvända material på olika sätt.

De slutsatser som kunde dras utifrån detta var att stickning på det stora hela inte förändrats nämnvärt, skillnaden mellan stickböcker och magasin från 30-40 talet och de tidningar och böcker som ges ut idag är liten och fortfarande vänder de sig i stort sett uteslutande till en kvinnlig målgrupp. Då man ser till bloggar är detta en återkommande trend, dels är det huvudsak kvinnor som bloggar om ämnet och oftast är även de produkter och mönster som erbjuds riktade till kvinnor. En annan problematik är att många böcker främst vänder sig till användare som redan kan sticka, och trots att det ofta finns någon slags stickskola krävs det mycket kunskap för att komma igång och lyckas sticka de mönster som finns i böckerna.

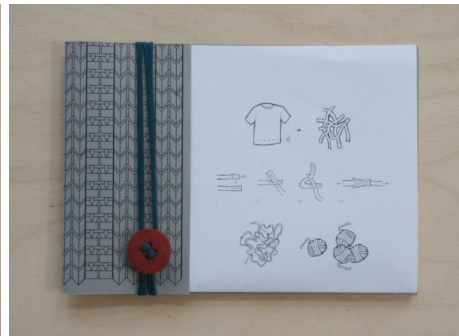
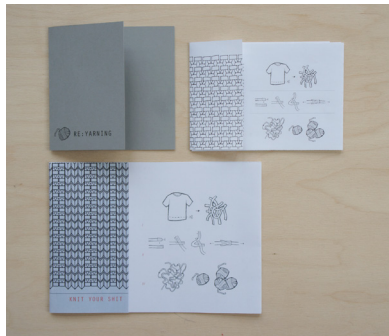
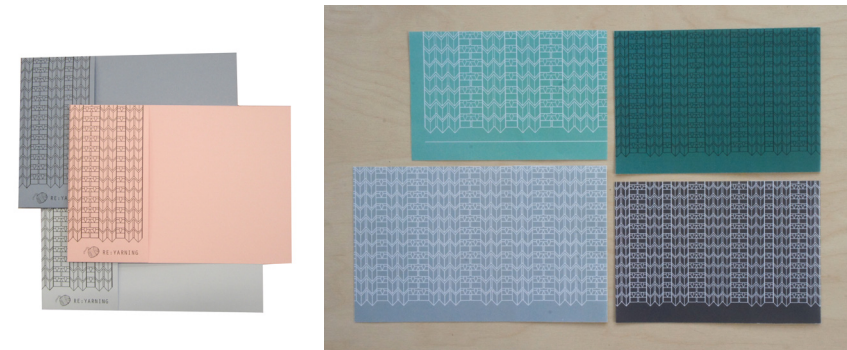
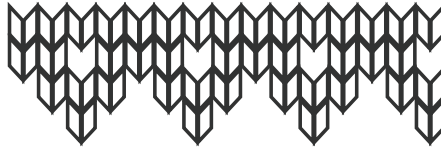
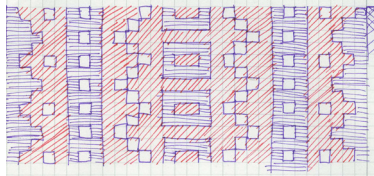
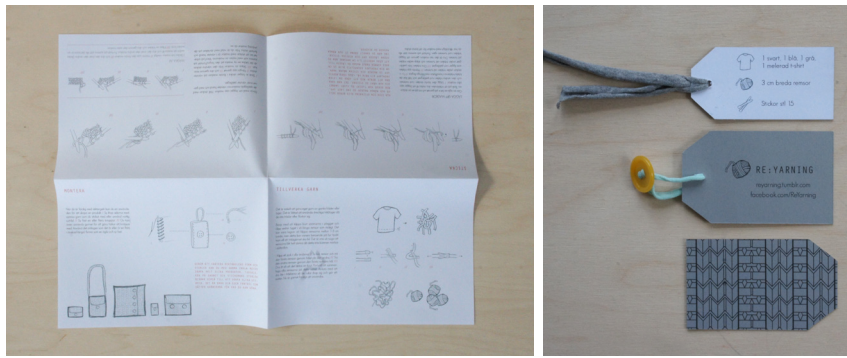
Dock finns det undantag, eftersom stickning varit väldigt trendigt den senaste tiden finns det stickkoncept som exempelvis Knitted by Me och Wool and the Gang, där man får en förpackning med alla delar som behövs för att skapa något ur deras sortiment. Detta kan vara ett bra sätt som nybörjare att komma igång och sticka, men samtidigt begränsar det den egna kreativiteten då man får allt serverat.

Utifrån analyserna fokuserades konceptet på att ge de verktyg som behövs för att ta det första steget att komma igång och på ett enkelt sätt tillverka något användbart. Samtidigt som det skulle kännas inspirerande var även målet att det skulle kännas enkelt, lekfullt, inbjudande och tillgängligt för alla. Att man som användare kände att man var med i hela processen och att man även som nybörjare kunde få ett riktigt resultat utan krav på förkunskaper. Dessutom var målsättningen att det inte bara skulle bli en engångsföreteelse, utan genom att visa att ju mer tid och engagemang man är villig att lägga ner i arbete desto bättre och mer avancerat resultat kan man få, vilket skulle kännas inspirerande och motiverande till att fortsätta att lära sig mer. För att göra konceptet tillgängligt på riktigt valde jag att utgå från open source tanken, att man har tillgång till all information, utan att behöva betala något.

## UTFORMNING

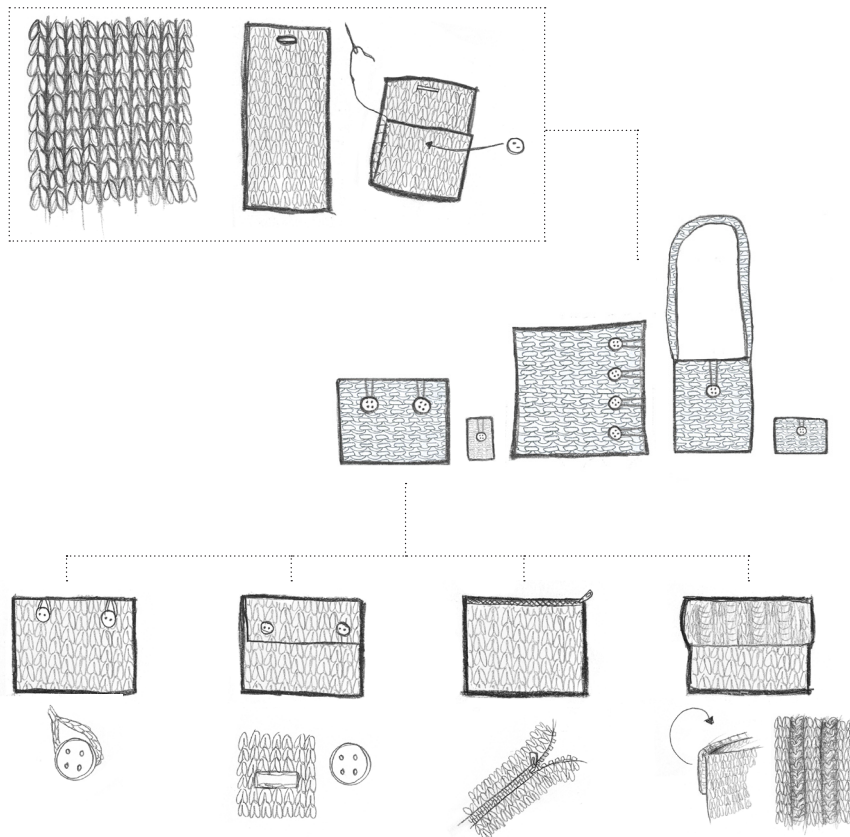
Konceptet ska vara öppet och tillgängligt för alla, men fokuserades i arbetet på yngre användare för att sedan kunna spridas till en bredare målgrupp. I de äldre generationerna finns det större kunskap om handarbete, medan många i min ålder endast har provat detta i grundskolan. Sedan har man aldrig haft behovet av att använda kunskapen, då det i många fall är billigare att slänga och köpa nytt än att lära sig laga och ta hand om sina ägodelar. Men samtidigt som detta är en stark konsumentgrupp tror jag att det finns en öppenhet att ta åt sig ny kunskap och att använda sig av andra sätt än att konsumera för att skapa sig ett sammanhang. Dessutom finns det en ny kultur av informationsutbyte där det är en naturlig del att hitta, använda sig av och dela informationen via internet. Istället för att övertyga redan ”frälsta” som är inne på dessa tankar och vana vid att använda sin kreativitet för att skapa nytt av gammalt kändes det mer intressant att försöka nå en bredare grupp, som är miljömedvetna och söker alternativ, men som inte provat handarbete och sett vilka möjligheter det faktiskt finns.

Med utgångspunkten att på ett enkelt sätt kunna sprida konceptet valde jag att bygga upp strukturen utifrån hur man kan skapa en virtuell gemenskap med möjlighet att dela och sprida information på internet och utformade de olika delarna utifrån detta. För att på ett enkelt sätt kunna visa upp och förmedla konceptet skapades en film som visar hur man med en vanlig t-shirt kan tillverka garn för att sedan tillverka en produkt. En film är även ett bra medel för att nå ut till många på internet då det är ett naturligt sätt att sprida information, där mottagaren lätt kan få en uppfattning om vad det handlar om för att sedan ha möjlighet att gå in djupare om det är något som känns intressant. Då jag inte arbetat med film förut valde jag att skapa den utifrån en enkel teknik, och dessutom få hjälp vid själva filmningen och redigeringen. Som ett komplement och för en fördjupad kunskap efter att man har sett filmen arbetade jag även med att utforma grafiska delar som skulle fungera som instruktioner. Utifrån enkla handskisser byggde jag upp ett material som visar de olika delarna i processen av tillverkning av garn, stickning och montering av enkla produkter. Dessutom arbetade jag med ett stiliserat mönster att använda i kontrast till det handgjorda. Jag gjorde olika tester av hur dessa skulle kunna sättas samman till olika sorters manualer eller broschyrer. Jag ville även få in det taktila, den materiella känslan även i den grafiska delen och funderade över olika sätt att arbeta med exempelvis garn och knappar i samverkan med det två dimensionella i form av en mapp där man skulle kunna förvara instruktionerna tillsammans med egna mönster, urklipp, inspirationsbilder och annat man hittat på nätet och skrivit ut. Men i slutändan kände jag att detta inte riktigt gick ihop med konceptet. Det var fint att det fanns ett fysiskt material, men frågan hur det skulle distribueras till användare och även vilket syfte det fyllde kändes problematisk och motstridig mot open source tankarna. Jag arbetade då vidare med en nedladdningsmöjlighet, där all information skulle finnas tillgänglig på nätet.



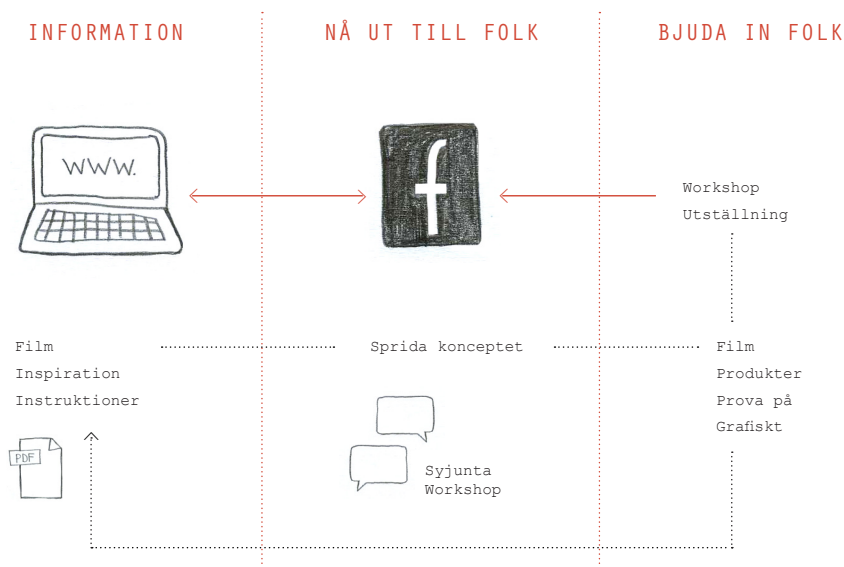


Som inspiration och för att visa materialets möjligheter gjordes några exempelprodukter. Tanken med produkterna nu i det första steget är att det med en väldigt simpel tillverkningsteknik går att skapa produkter utifrån en enkel rektangelform. Detta ger möjligheten även för nybörjare att den första provlappen faktiskt blir en riktig produkt. Tanken är sedan att denna enkla form kan byggas vidare i takt med att man lär sig hantverket och man kan skapa mer avancerade produkter.



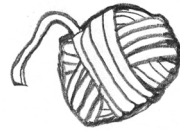
## RESULTAT

Arbetets resultat är ett system över hur man kan engagera och involvera människor i skapandet av en produkt utifrån de empatiska teorierna. Konceptet utgår från ett slags nätverk som jag valt att kalla Re:Yarning, för att anknyta till återanvändning och att skapa med garn. Dessutom finns även betydelsen att berätta en historia, "tell a yarn" där man kan använda yarning som synonym till storytelling.

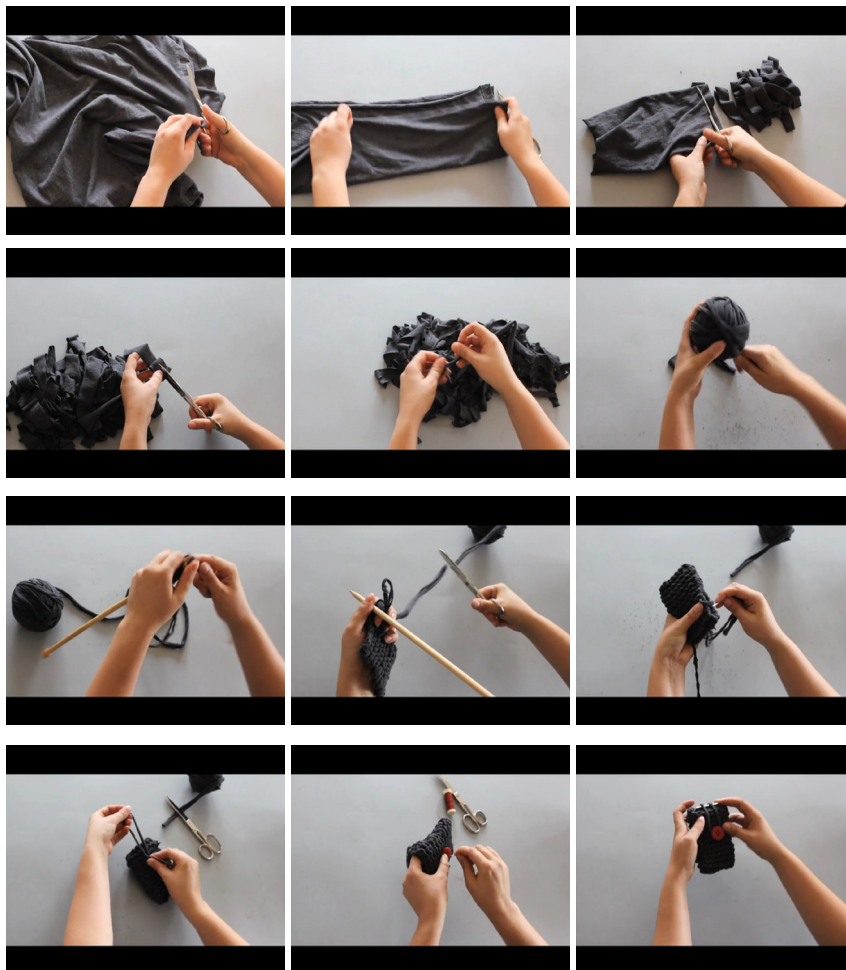


Arbetet består av en plattform på internet med syfte att dels samla människor som är intresserade av att bli en del i nätverket, men också att sprida konceptet och göra informationen tillgänglig för alla. På Re:Yarnings hemsida finns instruktioner över hur metoden att göra eget garn går till och bilder på stickade produkter som ska fungera som en inspirationskälla för vad man själv kan skapa. Dessutom finns det en stickskola bestående av filmklipp och illustrationer och en film över konceptet.

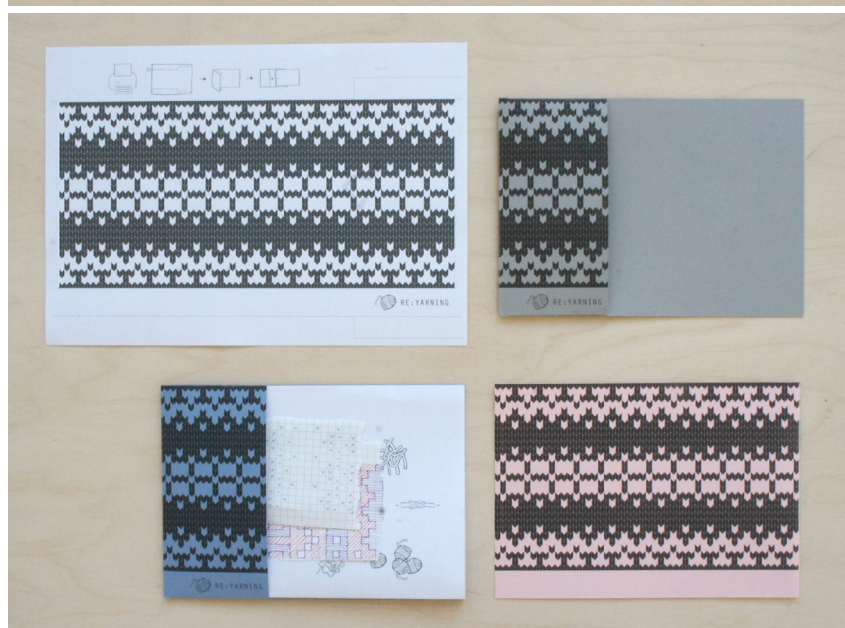
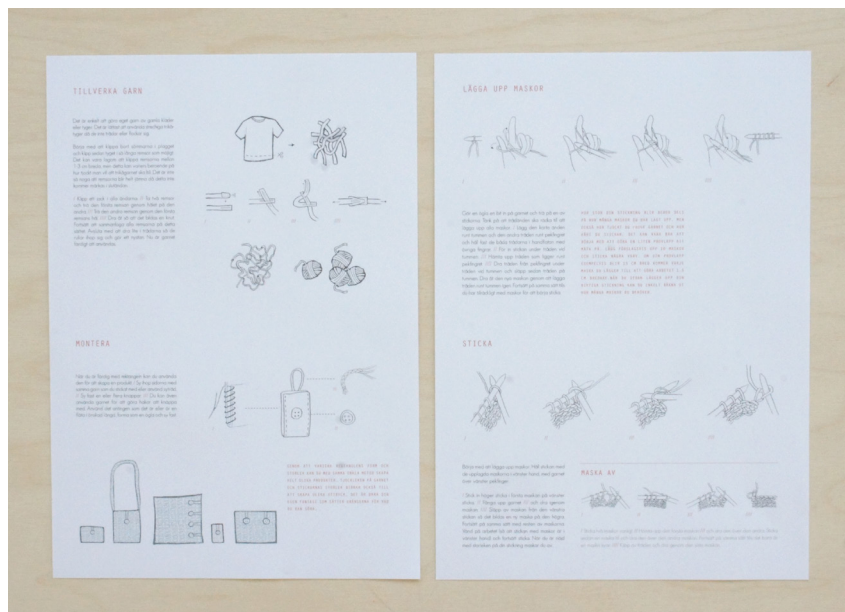
Filmen är upplagd som en klassisk instruktionsfilm, men med syfte att skapa ett intresse och ge en överblick av konceptet snarare än att exakt visa hur metoden går till. Sammankopplat med detta finns även en facebookside då detta är en effektiv kanal att nå ut till många människor och med möjligheten att bjuda in folk, och på så sätt även nå deras kontaktnät. Sidan är ett ställe att träffa människor med samma intresse och ger tillfälle att visa upp vad man gjort, dela med sig av kunskap, få svar på frågor och ge varandra tips och idéer. Utifrån denna sida finns även möjlighet att bjuda in människor till exempelvis workshops eller "syjuntor" där man kan träffas i verkliga livet.

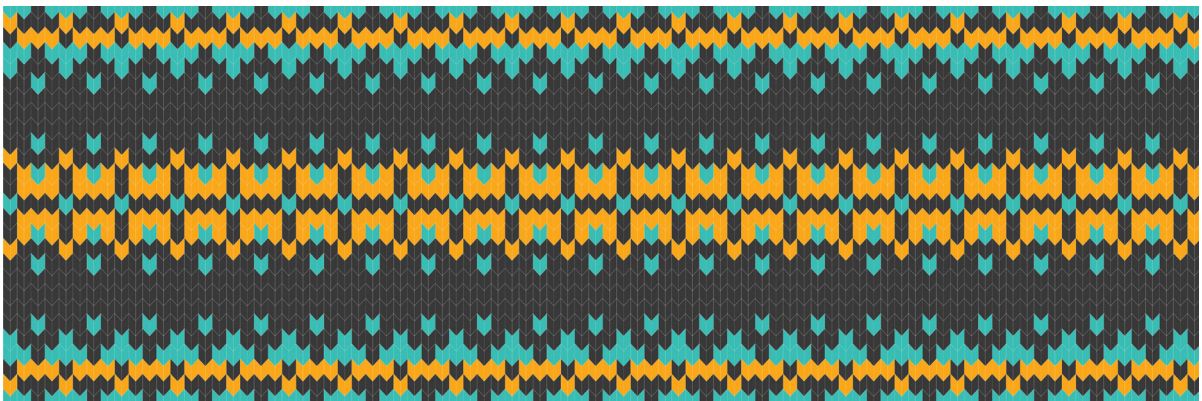
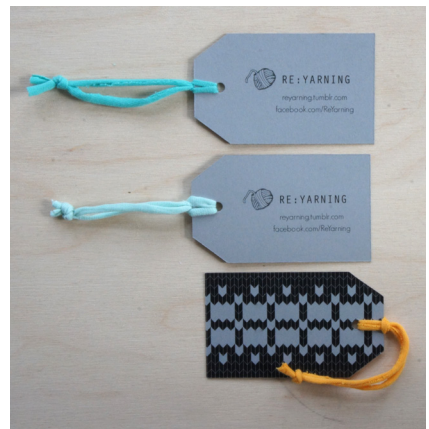
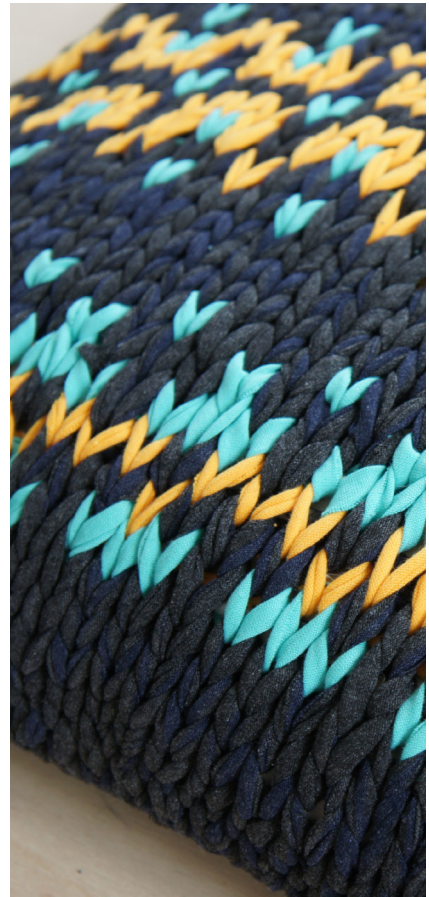


RE:YARNING



Instruktioner för hur man tillverkar garn, stickar och monterar produkter finns som PDF:er på Re:Yarnings hemsida för nedladdning. De är anpassade så det går att skriva ut dem på en vanlig A4 skrivare, med eller utan färg. En mapp att förvara instruktionerna i finns även som en PDF med instruktioner hur den viks ihop och används, och den kan med fördel skrivas ut på ett färgat papper för att få en fin effekt. Den grafiska delen i fysisk form består av en inbjudan till Re:Yarning i visitkortsstorlek som enkelt kan delas ut vid möte av intresserade, exempelvis vid utställning och workshops. Den är formad som en ”tag” för att anknyta till kläder, och med en bit garn fäst i så man får med sig ett litet materialprov hem. På inbjudan finns länkar till Re:Yarnings hemsida och facebookside, så man kan gå in för att titta på filmen, kommunicera med andra i nätverket och ladda ner de instruktioner man är intresserad av.





## REFLEKTION

Hållbarhetsfrågorna är stora och komplicerade, och jag tror inte att det går att hitta en enkel lösning på alla problem. Det har därför varit väldigt intressant att få tid att sätta sig in i olika perspektiv på frågorna, och olika metoder att ta sig an dem. Samtidigt har jag själv varit tvungen att ta ställning i de olika frågorna då jag har valt ut och sorterat bort utifrån min egen kunskap och förståelse. Då mitt arbete har ett socialt perspektiv på frågorna, men utifrån min synvinkel som designer skulle någon med en annan infallsvinkel säkert ha tolkat problemen på ett annorlunda sätt. Men för mig har det varit viktigt att se hur normer och förväntningar i samhället påverkar vårt beteende, och speciellt då angående konsumtion. För trots att man i många fall kan se dessa beteenden som något negativt och ohållbart i förhållande till jordens resurser så är det inlärda beteenden som därmed också går att förändra. Man kan till viss del påverka beslutet genom att inspirera och informera, men i slutändan är det trots allt upp till användaren att vilja förändra sitt beteende. Därför tror jag att en viktig aspekt att ta hänsyn till för att detta ska bli ett hållbart koncept är att användaren känner att den har kontroll och bestämmer hur kunskapen och verktygen kan användas och att engagemanget från mig som designer känns ärligt och genuint, och inte en strategi med dold agenda.

Den teoretiska delen i arbetet har varit ett viktigt verktyg för att leda fram till utformningen av den praktiska delen. Att det blev stort fokus på de empatiska teorierna berodde främst på att dessa möjliggjorde att användarens engagemang hamnade i centrum. Konceptet byggdes upp utifrån tankarna om att användaren ges tillträde till hela produktens process och att man som användare är viktig i produktens utformning, som motpol till de utbytbara produkter som inte bär på spår av ägaren. Samtidigt skapas produkterna av material som redan bär på användarens historia, och tillsammans skapar de olika kläderna delar i en ny berättelse. De gamla klädernas värde bevaras genom att de får leva vidare i ny form, samtidigt som materialet ger möjligheten att laga och ytterligare bevara de nya produkter man skapar.

Jag har varit väldigt öppen för att se åt vilket håll min process har kunnat leda mig, och lämnade länge öppet för vad för slags slutresultat arbetet skulle kunna leda till. Detta är en metod som jag känner att jag får ut mest av, även om det i vissa stadier kan kännas stressande att inte ha riktig kontroll över vart projektet ska leda. Men av erfarenhet så bidrar detta till oväntade och intressanta resultat, och det jag ser som mest lärorikt i projektet är ifrågasättandet av vad min roll som designer egentligen är i ett projekt som detta. Det finns ingen tydlig produkt som jag formger för att sedan få ut på marknaden, utan för mig har det redan från början varit viktigt med engagemanget från användarens sida. Min roll har istället varit att organisera upp metoden och skapa en större helhetsbild av konceptet. Då diskussionen under min examination främst handlade om vad som krävs

för att man ska inspirera människor och hur man på ett tydligare sätt lyfter fram konceptets berättelse och presenterar det på ett mer samanhållet och tilltalande sätt utifrån de kunskaper jag som designer besitter, gjorde jag en del ändringar för att försöka uppnå detta. Men jag valde att stå fast vid att konceptets styrka ligger i enkelheten, för att man ska känna att möjligheten att ta det första steget inte är onåbart.

Ett av de stora problemen med mitt projekt tror jag är om konceptet bara ses som en rolig trend, något man kan testa en eller två gånger för att sedan hoppa på någon annan trend. Självklart hade det varit roligt om någon blir väldigt engagerad och ser detta som något man vill fortsätta med, men framförallt känns det viktigt att det i alla fall väcker tankar kring hur man förhåller sig till sina ägodelar, vad som anses vara skräp och vad som är värdefullt och varför det är så. Då det är ett stort problem att vi slänger textilier trots att de skulle kunna användas i ny form är bara detta en viktig fråga att få människor att bli medvetna om. Ett annat problem är hur man ser på handarbete ur ett genusperspektiv och som jag tar upp i min marknadsanalys är stickning och andra textila handarbeten fortfarande starkt riktat mot en kvinnlig målgrupp. Då kvinnligt arbete genom tiderna på alla områden värderats som mindre värt än de traditionella manliga blir det problematiskt då det inte får samma status. De hantverk som kvinnor ägnat sig åt genom generationer ses som något självklart tills männen tar åt sig metoderna och det plötsligt blir väldigt trendigt att baka surdegsbröd eller att virka mössor. Detta tycker jag pekar på den ojämställdhet som fortfarande råder mellan könen och det männen ägnar sig åt är det eftersträvansvärda. Utifrån detta tror jag att det finns en risk med mitt arbete att det antingen främst kommer locka en kvinnlig publik eller bli en övergående trend, och inget av det känns optimalt.

Samtidigt som jag kan se många möjligheter att utveckla projektet genom att göra det till en kommersiell affärsmodell för att kunna tjäna pengar på det är min ambition är att hålla fast vid open source tankarna, att det ska vara tillgängligt för alla och inte bara de som är villiga att betala. Däremot tror jag att man skulle kunna skapa olika nivåer för att kunna nå fler människor. Som exempel skulle det kunna finnas möjlighet att lämna in sina gamla kläder och i utbyte få tillbaka samma vikt i garn, för att få igång ett sorts pantsystem för textilspill. Men det är viktigt att användaren fortfarande känner att den har kontroll över processen, utan dolda mellanhänder och produktionssteg. Jag tror även att det finns stora möjligheter att utveckla konceptet genom samarbeten med bland annat second hand affärer, olika nätverk inriktade på denna sorts frågor eller människor med slöjdbakgrund eller annan infallsvinkel på problemen.

# KÄLLFÖRTECKNING

## LITTERATUR

Chapman, Jonathan: *Emotionally Durable Design: Objects, Experiences and Empathy*. London: Earthscan Ltd, 2005.

Giddens, Anthony: *Sociologi*. Lund: Studentlitteratur, 2007.

McDounugh, W & Braungart, M: Braungart Michael. *Cradle to cradle - Remaking the Way We Make Things*. London: Vintage, 2009.

Newman, David M: *Sociology - Exploring the Architecture of Everyday Life*. Thousand Oaks: Pine Forge Press, 2004.

Stier, Jonas: *Identitet - Människans gåtfulla porträtt*. Lund: Studentlitteratur, 2003.

Thorpe, Ann: *The Designer's Atlas of Sustainability*. Whashington: Island Press, 2007.

## ARTIKLAR

Gulden, T & Moestrue C: *Context of Experience: A Psychology-Based Design Tool, Towards Sustainable Consumption through Extending the Produkt Lifetime*. 2011

Thorpe, Ann: *Designs Role in Sustainable Consumption*. Design Issues: Volume 26, Nr 2, 2010.

## INTERNET

<http://www.forskning.se/nyheterfakta/nyheter/pressmeddelanden/hurkannviminskakladberget.5.52cd6a9b136c0ce9dd5a.html> 2012-04-19



## CO-PRODUCER

- Addera något eget
- Bygga om något befintligt
- Skapa något från grunden



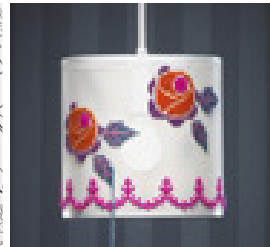
1.



2.



3.



4.



5.



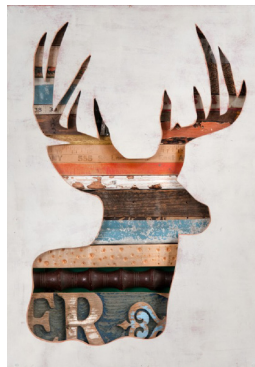
6.

## STORYTELLING

- Addera egna lager/berättelser
- Bygga vidare på något befintligt
- Förändras över tiden



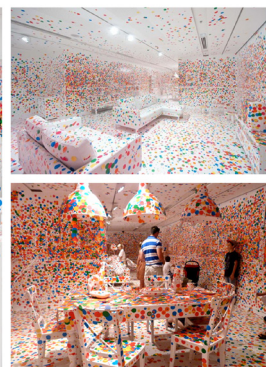
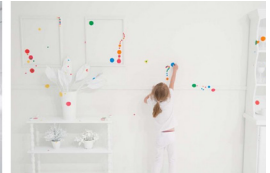
7.



8.



9.



## PATINA

- "Ready-to-use" produkt
- Det synliga åldrandet gör produkten bättre med tiden
- Förändras över en längre tid



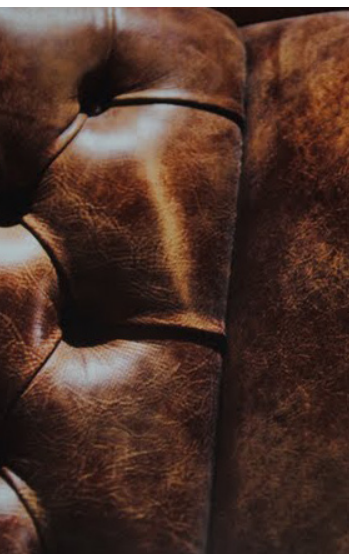
10.



11.



12.



13.

MARKNADSANALYS - STICKNING



14.



15.



16.



17.



18.



19.



20.



21.



22.



23.



24.

MARKNADSANALYS - DIY OCH UPCYCLING



25



26



27



28



29



30



31



32



33



34



35



36

## BILDFÖRTECKNING

1. <a href="http://www.simpleassemblymehole.com/ikea-furniture/ikea-hacking">http://www.simpleassemblymehole.com/ikea-furniture/ikea-hacking</a>	120220
2. <a href="http://hemslojden100ar.se/utställningar/prins-eugene-waldermarsudde/">http://hemslojden100ar.se/utställningar/prins-eugene-waldermarsudde/</a>	120222
3. <a href="http://www.geeksugar.com/iPhone-Users-Color-Outside-Lines-2471587">http://www.geeksugar.com/iPhone-Users-Color-Outside-Lines-2471587</a>	120220
4. <a href="http://www.lampgustaf.se/produkter/lampgustaf/taklampor/550345_stitch.html">http://www.lampgustaf.se/produkter/lampgustaf/taklampor/550345_stitch.html</a>	120220
5. <a href="http://www.geekologie.com/2007/10/do-it-yourself-wooden-keyboard.php">http://www.geekologie.com/2007/10/do-it-yourself-wooden-keyboard.php</a>	120220
6. <a href="http://www.iphonebutiken.se/diy-case-iphone-4-1653.html">http://www.iphonebutiken.se/diy-case-iphone-4-1653.html</a>	120220
7. <a href="http://petit-handsewn.se/blogg/gammaltapet3.jpg">http://petit-handsewn.se/blogg/gammaltapet3.jpg</a>	120223
8. <a href="http://www.thisiscolossal.com/2011/09/seen-at-renegade-dolan-geiman/">http://www.thisiscolossal.com/2011/09/seen-at-renegade-dolan-geiman/</a>	120223
9. <a href="http://www.thisiscolossal.com/2012/01/yayoi-kusama-obliteration-room/?src=footer">http://www.thisiscolossal.com/2012/01/yayoi-kusama-obliteration-room/?src=footer</a>	120220
10. <a href="http://rodeo.net/lisa-corneliusson/2010/12/skor-som-tappat-formen/">http://rodeo.net/lisa-corneliusson/2010/12/skor-som-tappat-formen/</a>	120222
11. <a href="http://www.martha.fi/svenska/start/article-6514-12968-nya-attityder-med-operation-skolmat">http://www.martha.fi/svenska/start/article-6514-12968-nya-attityder-med-operation-skolmat</a>	120222
12. <a href="http://www.metropol.se/auctions/bildshow/default.asp">http://www.metropol.se/auctions/bildshow/default.asp</a>	120222
13. <a href="http://skumpaspalje.blogspot.com/2011/09/bruna-detaljer-och-slitet-skinn.html">http://skumpaspalje.blogspot.com/2011/09/bruna-detaljer-och-slitet-skinn.html</a>	120222
14. <a href="http://farm4.static.flickr.com/3398/3260174087_5c74e84301.jpg">http://farm4.static.flickr.com/3398/3260174087_5c74e84301.jpg</a>	120306
15. <a href="https://www.woolstock.com/images/voguewint20089.jpg">https://www.woolstock.com/images/voguewint20089.jpg</a>	120306
16. <a href="http://1.bp.blogspot.com/H7xEnxeSMuw/s1600/stickbok">http://1.bp.blogspot.com/H7xEnxeSMuw/s1600/stickbok</a>	120311
17. <a href="http://www.garntjanst.se/media/catalog/product/cache/1/image/image_13583">http://www.garntjanst.se/media/catalog/product/cache/1/image/image_13583</a>	120302
18. <a href="http://2.bp.blogspot.com/-ueskrU3Z82o/omslag_sticka_mossor_vantar_sockor">http://2.bp.blogspot.com/-ueskrU3Z82o/omslag_sticka_mossor_vantar_sockor</a>	120311
19. <a href="http://2.bp.blogspot.com/-MsmYQdX4shI/imagesCAL58M4Q">http://2.bp.blogspot.com/-MsmYQdX4shI/imagesCAL58M4Q</a>	120311
20. <a href="http://www.rebeccamaryjanes.co.uk/userimages/SDC13526.JPG">http://www.rebeccamaryjanes.co.uk/userimages/SDC13526.JPG</a>	120306
21. <a href="https://lh5.googleusercontent.com/-Z3FTshOz-TI/TYclw0YW3LI/tidning.jpg">https://lh5.googleusercontent.com/-Z3FTshOz-TI/TYclw0YW3LI/tidning.jpg</a>	120306
22. <a href="http://2.bp.blogspot.com/-gumXEDXvaLs/TcBtkvTQESI/antcraftbook.jpg">http://2.bp.blogspot.com/-gumXEDXvaLs/TcBtkvTQESI/antcraftbook.jpg</a>	120311
23. <a href="http://thegloss.com/odds-and-ends/diy-knitting-with-wool-and-the-gang/">http://thegloss.com/odds-and-ends/diy-knitting-with-wool-and-the-gang/</a>	120305
24. <a href="http://knittedbyme.se/gallery/c1.jpg">http://knittedbyme.se/gallery/c1.jpg</a>	120311
25. <a href="http://www.sockmonkey.net/images/big%202009%20PK%20Monkey.jpg">http://www.sockmonkey.net/images/big%202009%20PK%20Monkey.jpg</a>	120305
26. <a href="http://s2.thisnext.com/media/largest_dimension/DE41FDF6.jpg">http://s2.thisnext.com/media/largest_dimension/DE41FDF6.jpg</a>	120305
27. <a href="http://i-cdn.apartmenttherapy.com/uimages/re-nest/2011_05_10-PoketoShowerCurt.jpg">http://i-cdn.apartmenttherapy.com/uimages/re-nest/2011_05_10-PoketoShowerCurt.jpg</a>	120306
28. <a href="http://www.blaelefant.se/bilder/artiklar/zoom/kal-02753_1.jpg">http://www.blaelefant.se/bilder/artiklar/zoom/kal-02753_1.jpg</a>	120302
29. <a href="http://www.sweetspot.ca/uploaded_images/SS_Eco-egg-dye-kits.jpg">http://www.sweetspot.ca/uploaded_images/SS_Eco-egg-dye-kits.jpg</a>	120306
30. <a href="http://www.katagolda.com/images/collection/diy/09-28-468.jpg">http://www.katagolda.com/images/collection/diy/09-28-468.jpg</a>	120306
31. <a href="http://4.bp.blogspot.com/-C_4oaEyui9o/TnC6zYdutiI/SIY+kits.jpg">http://4.bp.blogspot.com/-C_4oaEyui9o/TnC6zYdutiI/SIY+kits.jpg</a>	120306
32. <a href="http://www.alternativeconsumer.com/2010/03/26/rubber-boot-bag-upcycling/">http://www.alternativeconsumer.com/2010/03/26/rubber-boot-bag-upcycling/</a>	120224
33. <a href="http://mypinkyfinger.blogspot.se/2010/10/tag-you-are-it.html">http://mypinkyfinger.blogspot.se/2010/10/tag-you-are-it.html</a>	120222
34. <a href="http://www.craftjuice.com/search.php?search=envelopes&amp;tag=true">http://www.craftjuice.com/search.php?search=envelopes&amp;tag=true</a>	120306
35. <a href="http://www.kurbits.nu/2011/04/19/nygammalt-fran-udda-kuddar/">http://www.kurbits.nu/2011/04/19/nygammalt-fran-udda-kuddar/</a>	120421
36. <a href="http://mothere.wordpress.com/2008/10/16/upcycling/">http://mothere.wordpress.com/2008/10/16/upcycling/</a>	120222