

Skapande i relation till hållbar konsumtion

-Hur människor som arbetar med skapande i form av
hantverk uppfattar och förhåller sig till hållbar utveckling

Creation in relation to sustainable consumption
-How people who work with creation in the form of
handicrafts perceive and relate to sustainable development

Frida Arwidson

Handledare: Ingrid Bergqvist
Examinator: Annelie Holmberg

Innehållsförteckning

Inledning.....	5
Bakgrund.....	6
Syfte och frågeställningar.....	6
Tidigare forskning.....	7
Hållbar design.....	7
Teoretiskt ramverk.....	9
Hållbar utveckling.....	10
Miljömålen.....	10
Miljö och ekonomi.....	10
Konsumtionsteori utifrån ett hållbarhetsperspektiv.....	11
Ökad konsumtion.....	12
Konsumtion som kommunikation.....	12
Politisk konsumtion och politiskt ansvar.....	13
Trender.....	14
Metod och material.....	15
Kvalitativ studie.....	15
Fenomenografi.....	16
Fokusgrupper.....	17
Urval.....	19
Forskningsetiska principer.....	20
Genomförande.....	21
Metoddiskussion.....	21
Analys.....	22
Hållbar design.....	23
Hållbara produktionsmönster.....	24

Hållbara konsumtionsmönster.....	26
Stödjande system.....	28
Slutdiskussion.....	31
Vidare forskning.....	33
Referenslista.....	35
Bilaga 1.....	

Inledning

Frågor kring hållbar design är, och kommer att vara, aktuella en lång period framöver, poängterar professor Johan Redström (2014:113-118). Det handlar inte om att starta stillastående för att sedan välja riktning, utan snarare att försöka förstå, beskriva och kritiskt undersöka en rörelse vi sedan länge varit i och som vi inte kan avlägsna oss ifrån.

Konsumtionen i Sverige har i stort sett ökat inom alla områden, med totalt 23 procent från 2004-2014, redovisar konsumtionsrapporten (2015:14), som ges ut varje år av Handelshögskolan vid Göteborgs universitet. Det innebär att det har konsumerats mer och/eller dyrare varor och tjänster. Detta innefattar även konsumtionen av hantverk och kultur.

Lidewij Edelkoort, som förutser framtida mode- och designtrender, menar att insikten om att vi förstör vår planet har gjort att fler unga designer väljer att producera ekologiska och lokala alternativ. Användandet av naturmaterial ökar och föremålen tillverkas allt oftare i begränsade upplagor vilket minskar skadan på planeten, enligt Edelkoort (trendtablet.com). Ett konkret exempel på detta var när Kristina Schultz gjorde sitt examensarbete på Konstfack år 2015 där hon ville undersöka vad vi egentligen behöver i hemmet och ifrågasätta den identitetsskapare som hemmet är. Hon menar att det är viktigt att formgivare är medvetna om detta eftersom de är med och bidrar till konsumtion. Detta undersökte hon genom att rensa ut allt från sitt hem för att sedan själv skapa de absolut nödvändigaste sakerna hon ansågs sig behöva (kristinaschultz.se). Formgivaren Jonas Torstensson menar att modern design och miljöhänsyn går ihop. Det är en affärsidé att arbeta med returmaterial och inom några år kommer det sannolikt vara svårt att sälja produkter som inte bygger på någon form av hållbarhet menar Torstensson (Jändel 2008:158).

Hållbar utveckling är ett ämne det talas mycket om idag och som behöver tas på allvar inom alla områden. Under min utbildning på kandidatprogrammet Slöjd, hantverk och formgivning vid Linköpings universitet har jag under mina fältstudier besökt flertalet människor som arbetar med skapande i form av hantverk, i dessa fall keramiker. Det har då skapats många intressanta samtal om de val som görs i livet och vilka avtryck det

lämnar efter oss och om det är hållbart eller ej. Det finns en problematik med att skapa fler föremål och samtidigt vilja minska konsumtionen. Detta skapar ett dilemma för människor som arbetar med skapande i form av hantverk eftersom förutsättningen för att de ska kunna försörja sig på sitt hantverk är att sälja föremål. Detta är något jag vill undersöka vidare och låta fler få ta del av.

I den här uppsatsen undersöks skapande i relation till hållbar konsumtion genom att ta reda på hur sju deltagare indelade i två fokusgrupper, nuvarande och tidigare studenter på kandidatprogrammet Slöjd, hantverk och formgivning vid Linköpings universitet, som tillverkar föremål med olika hantverkstekniker, ställer sig till den konsumtion som uppstår i och med skapandet.

Bakgrund

På kandidatprogrammet Slöjd, hantverk och formgivning vid Linköpings universitet ligger tyngdpunkten på praktiskt arbete samtidigt som studenten lär sig att analysera olika föremåls uttryck och funktion, reflektera över hantverksprocesser och kritiskt bedöma hantverkskunskaper. Undervisningen består av både traditionellt vetenskapliga och konstnärliga arbetsformer. Det praktiska arbetet sker i trä, metall, textil eller eget valt material (liu.se).

Syfte och frågeställningar

Syftet med uppsatsen är att undersöka hur nuvarande och tidigare studenter på kandidatprogrammet Slöjd, hantverk och formgivning vid Linköpings universitet, som arbetar med skapande i form av hantverk uppfattar och förhåller sig till hållbar konsumtion och hur det påverkar deras arbete.

- Vilka uppfattningar har nuvarande och tidigare studenter på kandidatprogrammet Slöjd, hantverk och formgivning vid Linköpings universitet, som arbetar med skapande i form av hantverk, kring hållbart skapande och hållbar konsumtion?
- Hur förhåller sig nuvarande och tidigare studenter på kandidatprogrammet Slöjd, hantverk och formgivning vid Linköpings universitet, som arbetar med skapande i form av hantverk, till hållbar konsumtion i sitt skapande?

Tidigare forskning

Här sker en presentation av tidigare forskning som skrivits om skapande i relation till hållbar utveckling. Vetenskaplig litteratur som handlar om hur människor, som arbetar med skapande i form av hantverk, uppfattar och förhåller sig till hållbart skapande och hållbar konsumtion är svår att hitta. Inom svensk litteratur finns enstaka forskningsprojekt om hållbar design. Katarina Nordquists (2010) kandidatuppsats ligger närmast mitt ämne då även hon fokuserar på hantverk istället för design och storskalig produktion. Av den anledningen har jag valt att presentera Nordquists (2010), men även Engbloms (2009), kandidatuppsats. Utöver tidigare forskning och två kandidatuppsatser har jag även valt att presentera Sommar och Helgeson (2012) samt Jändel (2008), trots att dessa inte är vetenskapliga, eftersom dessa tar upp relevanta aspekter av hållbar design.

Hållbar design

Professor Johan Redström (2014) menar att forskningsprojektet *Former av hållbarhet* handlade om problematiken kring hållbar utveckling och hur den kan påverka design. Redström (2014) ger exempel från tidigare forskningsprogram på hur det går att arbeta med elektricitet, genom experimentell design, med fokus på uttryck snarare än effektivitet för att synliggöra hur det går att tänka kring bruk utifrån kritisk reflektion istället för en effektiv och osynliggjord vardag. Syftet med *Former av hållbarhet* var att undersöka nya möjligheter till form och formgivning i ljuset av hållbar utveckling. Frågor kring hållbar design är, och kommer att vara, aktuella en lång period framöver. Som Redström poängterar handlar det inte om att starta stillastående för att sedan välja riktning, utan snarare försöka förstå, beskriva och kritiskt undersöka en rörelse vi sedan länge varit i och som vi inte kan avlägsna oss ifrån. Forskning inom designområdet har bland annat undersökt hur material kan bytas ut mot mer miljövänliga material, hur produkter kan dra mindre energi och hur människors föreställningar kring energiförbrukning kan förändras mot en mer medveten och hållbar riktning (Redström 2014:113-118).

Nicolas Jändel (2008:154) skriver om formgivaren Jonas Torstensson som menar att designer och formgivare har ett ansvar för vad de tillverkar. Han påpekar hur lätt det är

att inspireras av nya snygga material, men att det då är viktigt att ställa sig frågan hur bra de är ur miljösynpunkt. Som designer går det att välja en väg som är både miljövänlig och säljande på samma gång. Det är en affärsidé att arbeta med returmaterial och inom några år kommer det sannolikt vara svårt att sälja produkter som inte bygger på någon form av hållbarhet menar Torstensson (Jändel 2008:158).

Ann Thorpe (2008:65-66), forskare i design för hållbar utveckling, förespråkar att en designer ska använda sig av *Holism*, det vill säga en helhetssyn. Det är ett förhållningssätt som kan öka förståelsen av ett sammanhang genom att ställa delarna i relation till helheten. Det innebär att förändringar i en del av helheten kommer påverka alla delar i systemet. Eftersom produkter är en del av en ekologisk helhet är det viktigt för designer att använda holistiska arbetsmetoder. Arbetssättet är egentligen redan välkänt hos designer eftersom designprocessen kräver en växling mellan att se detaljerna i projekten samt helheten.

Katarina Nordquist (2010) beskriver i sin kandidatuppsats om hur tre formgivare förhåller sig till hållbar utveckling. Nordquists resultat är att formgivarna påverkas av yttre faktorer. Till exempel påverkar trender och konsumenternas ökande efterfrågan på hållbara alternativ (Nordquist 2010:28-31). Kerstin Engbloms (2009) kandidatuppsats handlar om ett liknande ämne, nämligen hantverkets betydelse för hållbar utveckling. Hantverksprodukter skulle kunna ses som mer hållbara eftersom de är tillverkade av naturmaterial, ofta återanvänds material, produkterna har kvalitet och lång livslängd samt att hantverkarnas arbetskraft ersätter fossil energi (Engbloms 2009:61-62).

Ingrid Sommar och Susanne Helgeson (2012), som båda är författare inriktade på design, påstår att material spelar enormt stor roll när det handlar om hållbar utveckling och god kvalitet. En av de främsta orsakerna till klimatförändringar är illegal avverkning av urskogar samtidigt som konventionellt odlad bomull orsakar tusentals dödsfall varje år. Sommar och Helgeson skriver att ordet naturmaterial klingar fint och ger en känsla av kretslopp, men i dagens globala värld står naturmaterialen för de största hoten mot hållbarhet (Sommar m.fl. 2012:48). Sigbritt Karlsson, professor vid KTH, menar att plast inte är farligt ur tillverkningsynpunkt. Hon argumenterar för att vi måste byta fokus till produktionssätt, energiåtgång och återvinning (Sommar m.fl. 2012:54). En annan viktig aspekt som spelar stor roll för hållbar utveckling är var produkter tillverkas, inte främst på grund av transport, utan på grund av bristande

kontroll i tillverkningsprocessen (Sommar m.fl. 2012:85). Det finns många aspekter av hållbar utveckling, Professor Maria Benktzon anser att billiga produkter kan uppmuntra till ett slösaktigt beteende medan dyra produkter ofta används en längre tid (Sommar m.fl. 2012:115).

Thorpe (2008:31) beskriver naturens utmärkande system för hur material rör sig runt i kretslopp och ekosystem. Hon menar att varje produkt, allt från en biblioteksbyggnad till en telefon, har sitt ursprung i naturen, eftersom naturen är källan till allt material och alla resurser som behövs för att tillverka produkter. Thorpe (2008:36) sammanfattar att det finns tre sätt som designverksamhet främst stör naturens ekosystem. Den första anledningen är hastigheten, naturen kan inte återskapa materialen i samma takt som de används. Det andra är hur material används samt hur de kastas bort, vilket påverkar naturens kretslopp. Det tredje sättet designverksamhet stör naturen på är när det hämtas mycket material från litosfären (berggrund och mineraler) som släpps ut i de andra tre sfärerna, det vill säga atmosfären (luft), biosfären (organismer) och hydrosfären (vatten). Det finns regler och bestämmelser över vilka material som är acceptabla och vilka som inte är det. Thorpe (2008:41) konstaterar ändå att folk blir förvånade när de upptäcker att det är många ämnen som förstör miljön som det inte finns några regler för.

Det finns en problematik med att materialen inte syns anser Thorpe (2008:45). Det hon menar är att vi tror att produktens material är uppenbart, men de verkliga konsekvenserna materialet ger miljön är osynliga. Det går att dela in denna osynlighet i fyra mekanismer. Den första mekanismen är att en stor del av det material som används vid tillverkningen blir avfall istället för att hamna i produkterna. Den andra aspekten är produkter som har problemmaterial inbyggda i sig, detta är svåråtkomligt eftersom distributionen av material i samhället döljer omfattningen. Den tredje anledningen är att designer ofta inte känner till materialens ursprung och innehåll. Den fjärde och sista mekanismen är att material, i osynliga processer, utsöndras i form av små partiklar och försvinner ut i miljön.

Teoretiskt ramverk

I det här avsnittet kommer en sammanfattning av teori kring hållbar design, konsumtion och trender att presenteras. Denna bakgrund är viktig för förståelsen av vad människor

som arbetar med skapande i form av hantverk har att förhålla sig till i sitt eget skapande gällande hållbar utveckling.

Hållbar utveckling

I sin licentiatavhandling, vid Statsvetenskapliga institutionen, som handlar om medkonsumenters möjligheter med engagemang för hållbar konsumtion anser Henric Barkman (2014) att hållbar utveckling innebär miljömässig, ekonomisk och social hållbarhet. Varor och tjänster ska svara för grundläggande behov och ge bättre livskvalitet och samtidigt minimera användningen av naturresurser, giftiga ämnen och utsläpp av avfall och föroreningar för att inte äventyra framtida generationers behov. Ofta talas det om hållbar konsumtion ur ett miljömässigt perspektiv, men det är även viktigt med social hållbarhet. Social hållbarhet innebär att ingen ska komma till skada under produktionen men även att konsumenten inte ska ta skada av produkten (Barkman 2014:24-26).

Miljömålen

Det finns 16 nationella miljö kvalitetsmål. Syftet med dessa är att nå en miljömässigt hållbar utveckling på lång sikt. Miljö kvalitetsmålen är: begränsad klimatpåverkan, frisk luft, bara naturlig försurning, giftfri miljö, skyddande ozonskikt, säker strålmiljö, ingen övergödning, grundvatten av god kvalitet, hav i balans samt levande kust och skärgård, myllrande våtmarker, levande skogar, ett rikt odlingslandskap, storslagen fjällmiljö, god bebyggd miljö och slutligen ett rikt växt- och djurliv (Nilsson m.fl. 2010). Dessa miljö mål är viktiga för alla att förhålla sig till, även för människor som arbetar med skapande i form av hantverk.

Miljö och ekonomi

Miljöforskaren Per Kågeson (1993:9) skriver att vi är väl medvetna om att den produktion och konsumtion vi har idag skadar de naturliga ekosystemen. Detta utgör då även ett hot mot framtida generationers möjlighet till ett gott liv. Det pratas ofta om en motsättning mellan miljö och ekonomi, trots att det egentligen handlar om samma sak - nämligen att hushålla med resurser och vidmakthålla resursbasen. Många nationalekonomer är eniga om att produktionen och konsumtionens externa kostnader

borde täckas av priset på de produkter som framställs (Kågeson 1993:10). När miljöregleringarna stärktes under 70-talet blev det en marginell nedgång av tillväxten. Miljöregleringarnas påverkan har däremot haft en positiv inverkan på ekonomin eftersom den stimulerat den tekniska utvecklingen (Kågeson 1993:68).

Begreppet *Biomimikry* handlar om att studera hur naturen har löst problem för att sedan imitera dessa processer och material för att lösa mänskliga problem, beskriver Fredrik Moberg (2008), doktor i marin systemekologi. Genom att imitera naturen kan vi börja tänka på återvinningen i en produkt redan när den designas för att kunna ta till vara på materialen sedan när produkten inte behövs längre (Moberg 2008:162).

Konsumtionsteori utifrån ett hållbarhetsperspektiv

I rapporten *Hållbara laster: konsumtion för en ljusare framtid* (2004), en av Statens offentliga utredningar beskrivs konsumtion som en direkt spegel av vilket utbud som finns på marknaden. Med hållbara produktionsmönster skulle även konsumtionsmönstren till stor del vara hållbara (SOU 2004:40-41). Sabina Andrén och Madeleine Arderup (2004:3) beskriver utifrån ett humanekologiskt perspektiv att det krävs genomgripande förändringar av samhällets produktions- och konsumtionsmönster för att kunna uppnå en hållbar utveckling på global nivå. Humanekologi är ett tvärvetenskapligt forskningsfält som studerar frågor om hållbar utveckling i relation till det ömsesidiga samspelet mellan natur, samhälle och person. De samband som idag finns mellan ekonomisk utveckling och miljöförstöring måste brytas anser Andrén och Arderup. Strävan efter ökad livskvalitet måste möjliggöras samtidigt som konsumtionsmönstren ändras. Ett samhälle med hållbar produktion och konsumtion måste främja både den sociala och ekonomiska utvecklingen inom ramen för ekosystemens bärkraft. Naturvårdsverket arbetar med att utveckla den integrerade produktpolitiken, IPP, vilket är en förebyggande strategi med produktens livscykel som bas. Med produktens livscykel menas hela processen, från råvaruutvinning, materialförädling och tillverkning till handel, transport, användning och sluthantering (Andrén m.fl. 2004:3).

Ökad konsumtion

Den omfattande handeln är nödvändig för det moderna samhället och den internationella handeln med varor och tjänster växer allt mer (Kågeson 1993:19). I konsumtionsrapporten, som ges ut varje år av Handelshögskolan vid Göteborgs universitet, redovisas att konsumtionen i Sverige i stort sett ökat inom alla områden, med totalt 23 procent från 2004-2014. Det innebär att det har konsumerats mer och/eller dyrare varor och tjänster (Konsumtionsrapporten 2015:14). Bland de fem områden som har ökat mest sedan 2004 är fritid, underhållning och kultur ett av dem, det har ökat med hela 48 procent. De andra fyra områdena är utländsk konsumtion i Sverige som det mest ökande området med en ökning på 72 procent, möbler, hushållsartiklar och underhåll har ökat med 57 procent, hushållens konsumtion i utlandet ökade med 56 procent och det fjärde området, kommunikation, står för en ökning på 50 procent. Studien baseras framförallt på statistik från Statistiska centralbyrån (SCB), men också från andra myndigheter och forskningsinstitut, till exempel Konsumentverket (Konsumtionsrapporten 2015:9). Hantverksföremål ingår i kultur samt möbler och hushållsartiklar.

Konsumtion som kommunikation

Lars Kaijser, forskare, och Jacob Östberg, professor, menar att vi kommunicerar när vi konsumerar. Det kan handla om lyxig överflödskonsumtion eller att ställa sig utanför konsumtionssamhället. Dessa val som görs kommer att uppfattas och tolkas av omgivningen, konsumtion har blivit som ett språk (Kaijser m.fl. 2010:8). De objekt vi konsumerar och omger oss med har blivit en del av vår självuppfattning (Kaijser m.fl. 2010:11-12). Konsumtionskulturen formar vilken uppfattning konsumenterna har kring vilka alternativ som finns och vilka tankar som bör tänkas. För att ge ett exempel är det mer sannolikt att en man väljer ett par byxor istället för en kjol. Konsumtionskulturen leder till att vissa alternativ är mer sannolika än andra. Konsumtionskulturteorifältet ägnar sig åt att studera var dessa regler kommer ifrån och hur konsumenterna på olika sätt hanterar detta (Kaijser m.fl. 2010:43). Konsumtionskulturteorin behandlar även marknadsideologi, vilket innebär meningssystem som formar och reproducerar konsumenters tankar och handlingar på ett vis som bevarar dominerande intressen i samhället. Det handlar om hur till exempel reklam, produktplacering och sponsring påverkar konsumenterna. Genom dessa medel skapar vårt konsumtionssamhälle en bild

av hur en lyckad människa ska vara, vilka saker som ska ägas och vilka aktiviteter som är viktiga (Kaijser m.fl. 2010:60-61).

Linda Soneryd och Ylva Uggla är båda docenter i sociologi och har tillsammans skrivit boken *(O)möjliga livsstilar*. De skriver bland annat om inriktningar inom konsumtionsforskningen som menar att individen är självständig och gör sina inköp baserat på rationella överväganden. Det finns även andra synsätt som står i kontrast till detta, då belyses betydelsen av sociala positioner och strukturer. Genom att exempelvis belysa de ekonomiska strukturer som finns kan vi se att detta styr vad som finns tillgängligt på butikshyllorna. Anledningen att forskningen kring individen som är driven av egenintresse fått stort genomslag är på grund av att samhället i stor utsträckning styrs av ekonomiska intressen menar Soneryd och Uggla. Detta i kombination med att individen inte bara ska ta ansvar för sin privatekonomi utan en mängd andra saker. Konsumtion är en grundläggande moralisk aktivitet där konsumenten ska ta ansvar för familjens önsknings och behov men även sådant som miljön och social rättvisa (Soneryd m.fl. 2011:57-58). Forskare Peter Siljerud (2011) menar att det finns oändligt med alternativ för konsumenten idag, vilket skulle kunna ses som den ultimata friheten. Det skapas dock ett nytt dilemma, problemet att välja. När det finns mycket att välja bland innebär det att mycket måste väljas bort, vilket medför att vi riskerar att välja bort möjligheter och livschanser. Detta kan kallas för *Valfrihetsparadox* (Siljerud 2011:262).

Hållbar konsumtion går att dela in i två kategorier, *Stark hållbar konsumtion* och *Svag hållbar konsumtion*. *Stark hållbar konsumtion* innebär att ett minskande av konsumtion måste ske på ett genomgripande plan med förändrade livsstilar. *Svag hållbar konsumtion* innebär istället en utveckling av de befintliga varor och tjänster som måste göras mer hållbara och sedan väljas av konsumenterna (Barkman 2014:24-26).

Politisk konsumtion och politiskt ansvar

Politisk konsumtion bygger på antaganden om att konsumenten är en medveten aktör som har möjlighet att påverka. Detta begrepp går att dela in i tre olika inriktningar inom forskningen som ger begreppet olika innebörd. En inriktning på politisk konsumtion är att konsumenterna har en viktig roll för att värna om hållbar utveckling och mänskliga rättigheter i ett globalt perspektiv där de agerar etiskt och politiskt motiverade

konsumenter. En annan inriktning är mer kritisk och menar att politisk konsumtion aldrig kan bli tillräckligt inflytelserik eftersom individuella konsumenter inte kan organisera sig och vara tillräckligt eniga i stor skala. En tredje inriktning menar att politisk konsumtion inte kan främja en hållbar utveckling eftersom tanken bygger på fortsatt överkonsumtion (Soneryd m.fl. 2011:58).

Andrén och Arderup (2004) skriver att fler och fler forskare framhåller att förutsättningarna för individuella och sociala förändringsprocesser består till stor del av att *skapa stödjande och underlättande strukturer och system* för miljövänligare livsstilar. Stödjande strukturer måste styras genom politiska beslut och åtgärder för att exempelvis reglera kemikaliemarknaden, förebygga uppkomsten av avfall och utforma system för återanvändning och återvinning (Andrén m.fl. 2004:187-188).

Trender

Siljerud (2011) anser att företag inte längre enbart kan fokusera på att tjäna pengar. De måste självklart erbjuda bra produkter och tjänster, men det måste dessutom finnas en idealistisk ådra som på något sätt verkar för en bättre värld. Allt ett företag gör, positivt och negativt, reflekteras tillbaka. Det finns förväntningar från dagens konsumenter att företagen de handlar av ska ta ett större moraliskt ansvar. En anledning är klimatdebatten, det krävs en större omsorg av världens resurser i konsumentledet. Det går att visa ansvar på många olika sätt, men det grundläggande i ett hållbarhetsarbete kräver visad hänsyn till människor och miljö samt vinst. Det finns en idé om att det skulle vara kostsamt att arbeta hållbart, men ofta leder det till metoder som använder resurser på ett mer effektivt sätt. Många konkurrerande företag har liknande produkter eller tjänster, då kan ett hållbarhetsperspektiv vara ett värdefullt sätt att särskilja sig (Siljerud 2011:111-113).

Mikael Karlsson, forskare inom miljö- och energisystem, argumenterar om en ny trend som växer sig större, denna trend är den miljörevolution som innebär att det blir större efterfrågan på miljömärkta kläder och hållbara produkter. Vardagskonsumtionen bidrar till stora problem eftersom dagens globaliserade ekonomi gjort att avståndet mellan produktion och konsumtion är långt. Det går att tillverka vacker och funktionell design utan att fördärva miljön (2008:5). Att skapa hållbara produkter handlar till viss del om valen av material och hur de tillverkas. Om mycket kemikalier används kan mark och

vatten bli förorenade, menar Bertilsson. (2008:38). Karlsson (2008:5) argumenterar för att modern design och miljöhänsyn stämmer väl överens med varandra.

Mathilda Tham är adjungerad professor i mode. Tham poängterar att det finns flertalet hållbarhetsstrategier, inom klädbranchen har det varit bland annat lagar om minskad användning av kemikalier och vattenanvändning, det används också mer hållbara material som till exempel ekologisk bomull. Det finns dock en problematik med att kläder och mode ofta ses tillsammans men står för olika behov. De behov som modet uppfyller är psykologiska och emotionella medan kläder står för biologiska och materiella behov. Det finns uppfattningar om att kläder med lång livslängd alltid är en god miljöstrategi, men när modekläder slängs är inte detta på grund av trasiga sömmar utan att plagget förlorat sin sårbara länk till tid och rum. Istället för att köpa ett nytt klädesplagg för en kväll kan en lösning vara att istället hyra ett plagg för en kväll för att minska antalet produkter som slängs (Tham 2008:73-74). Trendanalytikern Christina Cheng har satt ord på en ny livsstil som håller på att etablera sig i Sverige, denna kallas *Rekoismen*. Denna livsstil innebär att det går att ta ansvar för miljön och andra människor, utan att själv behöva leva ett tråkigare liv. Det går att få ett vackert hem utan att impulsköpa allt hos en möbeljätte för att året efter ändra sig. Istället får hemmet växa fram med en blandning av ärvda saker och väl utvalda föremål (Bertilsson 2008:83).

Metod och material

Här kommer uppsatsens metod att beskrivas och hur insamlandet av material har gått till. Genom att göra intervjuer i fokusgrupper med ett kvalitativt och fenomenografiskt perspektiv kommer flera uppfattningar kring hållbart skapande och hållbar konsumtion att framträda. Detta material kommer sedan vara uppsatsens analysunderlag.

Kvalitativ studie

Professor Bengt Starrin (1994) beskriver skillnaden mellan kvalitativ och kvantitativ metod. Kvalitet handlar om den väsentliga karaktären eller egenskapen, kvantitet innebär istället mängden av denna karaktär eller egenskap. Att undersöka uppfattningar hos ett fenomen, som denna uppsats ämnar göra, är därav en kvalitativ analys. Målsättningen med en kvalitativ analys är att identifiera okända eller ej tillräckligt

kända egenskaper, innebörder och företeelser för att sedan kunna identifiera variationen, strukturen och/eller processen hos dessa (Starrin 1994:21). I denna uppsats ska företeelsen hur nuvarande och tidigare studenter på kandidatprogrammet Slöjd, hantverk och formgivning vid Linköpings universitet, som arbetar med skapande i form av hantverk, förhåller sig till hållbar konsumtion i sitt skapande undersökas för att kunna identifiera variationer och strukturer hos dessa.

Fenomenografi

I den här uppsatsen är fenomenet *skapande i relation till hållbar konsumtion*. Uppsatsen ska besvara vilka *uppfattningar* sju deltagare, indelade i två grupper, som skapar föremål med olika hantverkstekniker, har till den konsumtion som ofta uppstår i och med skapandet. Forskningsfrågor kan ställas på olika vis, antingen ställs frågan för att få reda på hur verkligheten ser ut, eller så ställs den för att få reda på hur människor uppfattar verkligheten. Det sistnämnda har en fenomenografisk utgångspunkt beskriver Mikael Alexandersson (1994:111), professor i pedagogik. Den här uppsatsen utförs med inspiration av ett fenomenografiskt perspektiv eftersom det är personers uppfattningar som ska besvara syftet.

Alexandersson (1994:112) beskriver att fenomenografin används för att undersöka uppfattade företeelser eller uppfattade objekt. Utgångspunkten för fenomenografin är att företeelser i världen har olika innebörd och uppfattas olika av olika människor. Det går då att jämföra olika människors uppfattning av samma aspekt. Professor Michael Uljens (Uljens 1989:10-11) beskriver att det fenomenografiska arbetssättet innebär att välja ut ett fenomen och undersöka hur människor uppfattar fenomenet genom att beskriva, analysera och tolka det. Relationen mellan människan och omvärlden är dynamisk eftersom situationer och sammanhang förändras. En konsekvens av detta är att uppfattningar av en företeelse eller av ett objekt kan komma att förändras över tid (Alexandersson 1994:117). Som professor Lars Owe Dahlgren och forskare Kristina Johansson (2009:122) enkelt beskriver, det är en uppfattning, ett sätt att förstå något eller erfara något av världen.

Det första steget i den fenomenografiska analysmodellen består i att bekanta sig med materialet. Efter att ha transkriberat intervjuerna läses och lyssnas materialet igenom samtidigt som anteckningar förs för att lära känna materialet. Steg två är kondensation,

då startar analysen. Här skiljs de mest signifikanta och betydelsefulla uttalandena från intervjun ut för att se vilka olika grupper som går att finna. I steg tre sker jämförelsen mellan grupperna som skiljdes ut i steg två. Här handlar det om att hitta likheter och skillnader i materialet. Fenomenografins huvudsakliga mål är att *urskilja variation och skillnader* mellan uppfattningar, detta göra delvis genom att leta efter likheter. I steg fyra sker en gruppering mellan funna likheter och skillnader och ett arbete med att relatera dem till varandra börjar. Steg fem är att artikulera *kategorierna* vilket innebär att likheterna står i fokus. Den kritiska delen av analysen är framförallt var gränserna mellan de olika kategorierna ska dras, det vill säga hur stor variationen inom en kategori kan vara utan att skapa en ny kategori. Namnge kategorierna sker i steg sex. Här framträder det mest signifikanta materialet genom att skapa korta och koncisa namn. Steg sju är en kontrastiv fas och här sker granskningen av grupperingarna för att se om de rymmer inom flera kategorier. Detta moment brukar resultera i många kategorier som kan föras ihop till ett färre antal (Dahlgren m.fl. 2009:127-131).

Fokusgrupper

För att få svar på några nuvarande och tidigare studenters, från kandidatprogrammet Slöjd, hantverk och formgivning vid Linköpings universitet, uppfattningar användes fokusgrupper för att samla in empiriskt material. Genom att göra intervjuer i grupp bildas ett material som sedan går att analysera för att ta reda på hur sju nuvarande och tidigare studenter på kandidatprogrammet Slöjd, hantverk och formgivning vid Linköpings universitet, som arbetar med skapande i form av hantverk, uppdelat i två grupper, förhåller och uppfattar sitt skapande till hållbar konsumtion. Detta kallas fokusgrupper och innebär att en grupp människor är samlade och får diskutera ett givet ämne under en begränsad tid. Samtalsledaren, eller moderatorn, är ingen traditionell intervjuare utan startar diskussionen och introducerar nya aspekter i ämnet i den mån det behövs. Enligt Victoria Wibeck (2010:54), docent vid Linköpings universitet, används fokusgrupper när det finns ett intresse om hur deltagare i en viss grupp tänker tillsammans kring ett fenomen då enskilda individers åsikter inte är lika intressant. Målet med fokusgrupper är att deltagarna ska diskutera fritt med varandra (Wibeck 2010:11). Deltagarna har fördelen att kunna ställa frågor till varandra och gemensamt kunna utveckla sina tankegångar (Wibeck 2010:22). Metoden kan användas för att studera deltagarnas åsikter, tankar, uppfattningar, attityder, argumentationer med mera.

Detta kan ge inblick i hur kunskap och idéer utvecklas och används i en viss kulturell kontext (Wibeck 2010:21-22). För den här uppsatsen var det relevant att se hur människor som arbetar med skapande i form av hantverk, det vill säga inom en viss kulturell kontext, förhåller sig till hållbart skapande och hållbar konsumtion.

Arbetet med fokusgrupper innebär att finna lämpliga grupper, utarbeta ett stimulusmaterial och en frågeguide för att moderatorn sedan ska leda gruppsessionerna. Diskussionerna spelas in, transkriberas och analyseras (Wibeck 2010:12). I fokusgruppen underlättar det om deltagarna har liknande bakgrund och attityder, om deras åsikter skiljer sig för starkt från varandra kan det bli problem i gruppen. Det finns en vilja hos deltagarna att få tillhöra gruppen och känna samhörighet. En livlig och intressant diskussion tenderar att få deltagarna att känna samhörighet. Det finns även en problematik med en för hög grad av samhörighetskänsla då detta kan bidra till att endast ett sätt att tänka skulle vara acceptabelt, vilket då påverkar resultatet (Wibeck 2010:30-31). Om någon person har svårt att göra sin röst hörd i fokusgruppen kan det behövas att moderatorn uppmuntrar personen till att tala om sina tankar och åsikter, exempelvis genom att ställa direkta frågor till personen, anser Wibeck (2010:32).

Tidigare har fokusgrupper främst använts inom marknadsundersökningssektorn, men på senare tid har den även använts i samhällsvetenskaplig forskning (Wibeck 2010:12). För den som har begränsad tid är det en fördel med fokusgrupper som datainsamlingsmetod eftersom mycket data kan samlas in på relativt kort tid (Wibeck 2010:15). En svårighet för moderatorn kan vara att i tid upptäcka om någon är dominant och då kunna styra diskussionen för att detta inte ska tysta de andra deltagarna (Wibeck 2010:30). En skillnad mellan individuell intervju och intervju i grupp är att det förstnämnda ger ett informationsdjup medan det sistnämnda ger en bredare skala av idéer. Detta lämpar sig väl när detaljer om individen inte är relevanta. Svårigheter med fokusgrupper är att hitta tid och lokal som kan passa alla (Wibeck 2010:51).

Det finns fördelar och nackdelar med både *strukturerade* och *ostrukturerade* fokusgruppsintervjuer. Med ostrukturerade fokusgrupper kan det hända att vissa ämnen inte tas upp eftersom moderatorn inte introducerar dem. Vid en strukturerad fokusgruppsintervju finns det en risk att moderatorns föreställningar och förståelse för ämnet smittar av sig till deltagarna (Wibeck 2010:57-58). Fenomenografiska intervjuer är oftast *halvstrukturerade* och *tematiska* vilket innebär att intervjuaren endast förberett

ett mindre antal frågor som är ordnade efter de fenomen, även kallat teman, som intervjun avser beröra. På detta sätt utvecklas dialogen mellan intervjuare och deltagare i hög grad av de svar som ges (Dahlgren m.fl. 2009:126). I den här uppsatsen användes halvstrukturerade fokusgrupper där fenomenet diskuteras utifrån frågeställningarna. Genom att använda ett halvstrukturerat arbetssätt tillåts deltagarna tala relativt fritt om ämnet samtidigt som moderatorn kan styra samtalet om det behövs. I en fokusgrupp minskas intervjuarens styrande roll naturligt. Detta eftersom moderatorn inte måste hålla samtalet vid liv på samma sätt som vid en traditionell intervju (Wibeck 2010:53).

Urval

I denna uppsats har två fokusgrupper med tre till fyra personer i varje grupp intervjuats. Det finns fördelar med små grupper eftersom varje deltagare får en större känsla av inflytande och samhörighet. I större grupper minskar inflytandet och detta medför ofta minskat personligt engagemang, enligt Wibeck (2010:61). Fokusgrupperna var planerade att ta cirka 30-40 minuter. Eftersom det finns en risk att personer som i vanliga fall är tystlåtna tystnar mer i en grupp med främlingar finns det fördelar med att använda sig av redan existerande grupper. Detta underlättar även rekryteringsarbetet. Nackdelen är att det inom gruppen kan finnas sådant som tas för givet och därmed inte uttalas högt (Wibeck 2010:65).

I urvalet till fokusgrupperna har de som medverkat varit nuvarande och tidigare studenter, från kandidatprogrammet Slöjd, hantverk och formgivning vid Linköpings universitet, som skapar föremål med olika hantverkstekniker. Eftersom uppsatsen undersöker skapande i förhållande till hållbar konsumtion är det relevant att deltagarna tillverkar produkter som är avsedda för försäljning. Eftersom hållbart skapande är relevant för många grupper har det inte gjorts avgränsningar i material, hantverkstekniker eller ålder. I uppsatsens används ett *Bekvämlighetsurval*. Alan Bryman (2011:194-195), professor, förklarar kort att det delvis innebär att deltagarna är personer som finns tillgängliga. Det finns en avsiktlig geografisk avgränsning till Östergötland. Eftersom det var svårt att hitta deltagare blev det även en avgränsning till nuvarande och tidigare studenter på kandidatprogrammet Slöjd, hantverk och formgivning vid Linköpings universitet, som inte var tänkt från början.

Forskningsetiska principer

Det grundläggande individskyddskravet kan konkretiseras i fyra forskningsetiska principer att förhålla sig till inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning. Dessa är *informationskravet*, *samtyckeskravet*, *konfidentialitetskravet* och *nyttjandekravet* (Vetenskapsrådet 2002:6).

Deltagarna *informerades* i mail inför intervjun samt under intervjun om att projektet är en kandidatuppsats som skrivs vid Kandidatprogrammet Slöjd, hantverk och formgivning vid Linköpings universitet. Det finns information om att uppsatsen handlar om hur människor som arbetar med skapande i form av hantverk förhåller sig till hållbar konsumtion och hållbart skapande. Materialet till uppsatsen är fokusgruppsintervjuer där nuvarande och tidigare studenter, från kandidatprogrammet Slöjd, hantverk och formgivning vid Linköpings universitet, som arbetar med skapande i form av hantverk är deltagarna och det är deras uppfattningar som är relevanta. Fokusgrupperna består av 3-4 personer, samtalet tog 30-40 minuter och spelades in för att kunna transkriberas. Deltagarna fick även information om att det är frivilligt att delta och att de när som helst kan avbryta sin medverkan samt att de får fiktiva namn eftersom det inte är relevant vem som sagt vad (Vetenskapsrådet 2002:7-8).

Eftersom deltagarna redan innan fokusgruppsintervjuerna fått information om upplägget *samtyckte* de genom att tacka ja till att medverka. Detta samtycke kan upphävas om deltagaren inte längre vill medverka eller önskar att det redan insamlade materialet inte ska användas (Vetenskapsrådet 2002:9-11).

Det är inte relevant för uppsatsen att veta vilka de deltagande är eftersom uppsatsens syfte är att ge exempel på hur likheter och skillnader i uppfattningar kring skapande i relation till konsumtion kan se ut, av den anledningen får deltagarna fiktiva namn och är *anonyma* (Vetenskapsrådet 2002:12-13).

Eftersom *personuppgifter* inte varit relevant för uppsatsen har det inte samlats in. De transkriberade intervjuer som finns går ej att härleda till deltagarna. Intervjumaterialet kommer inte att spridas mer än i denna uppsats (Vetenskapsrådet 2002:14).

Genomförande

Till att börja med söktes information kring fokusgrupper. Genom att läsa Wibecks (2010) bok om fokusgrupper kunde praktisk information om hur många deltagande som är lämpligt och hur genomförandet kan ske tillgodoses. För att kunna kontakta eventuella deltagare söktes fem alternativ på hantverkskollektiv och hantverksbutiker upp via internet. Av dessa kontaktades tre stycken som var aktuella för uppsatsen. Ett informativt mail skickades ut till eventuella deltagare med föreslagna veckor där fokusgruppsintervjuerna kunde ske. Det var få som svarade och de som svarade var tillgängliga olika tider. Fler mail skickades ut till andra eventuella deltagare. För att underlätta samordningen av fokusgrupperna kontaktades nuvarande och tidigare studenter på kandidatprogrammet Slöjd, hantverk och formgivning vid Linköpings universitet. De fick mail, kontaktades via sociala medier och muntligt. Eftersom personerna redan befann sig på universitetet eller enkelt kunde ta sig dit underlättades sammordningsarbetet. Fokusgruppsintervjuerna skedde i bokade rum på universitetet, utan yttre störning. Intervjun tog 30-40 minuter och samtalet spelades in. Jag var moderator och ställde förberedda frågor, som jag kommit fram till utifrån mina frågeställningar och som sedan diskuterades med handledare (Bilaga 1). Även följdfrågor ställdes då samtalet behövde ny input. Det fanns fika under intervjutillfället som ett tack till deltagarna för att de ställde upp.

Metoddiskussion

Den stora svårigheten med fokusgrupper har varit att hitta deltagare som har tid även när andra deltagare har tid. Det kanske hade underlättats om deltagarna söktes upp personligen, men eftersom de redan existerande grupperna inte arbetar tillsammans inom gruppen var även detta en svårighet. Detta är en aspekt som Wibeck (2010:51) tar upp som en nackdel med fokusgruppsintervjuer. En nackdel med att deltagarna sedan innan känner varandra är att det kan finnas sådant som tas för givet inom gruppen och då inte uttalas högt (Wibeck 2010:65). Detta märktes framförallt under intervjun i Fokusgrupp 2 då deltagarna sa många halva meningar, de förklarade inte tydligt vad de menade utan det fanns en underförstådd begriplighet. Uppfattningarna som kom fram av materialet var liknande varandra. Detta kan bero på den liknande bakgrund, i form av utbildning, som deltagarna har. Fördelen med fokusgrupper har varit att den är effektiv

som datainsamlingsmetod när det finns begränsat tidsutrymme (Wibeck 2010:15) samt att deltagarna har kunnat prata relativt fritt om ämnet (Wibeck 2010:53).

Analys

Analysen som presenteras är baserad på det tidigare nämnda teoretiska ramverk om hållbarhet och konsumtion tillsammans med resultatet av materialet från fokusgrupperna. I kapitlet delas analysen upp i kategorier som ger en översikt av de uppfattningar som upptäcktes (Uljen 1989:14), dessa består i olika uppfattningar som framkom genom intervjumaterialet och dessa är *Hållbar design*, *Hållbara produktionsmönster*, *Hållbara konsumtionsmönster* och *Stödjande system*.

Efter att ha sammanställt materialet från fokusgrupperna framträdde fyra olika kategorier av uppfattningar. Den första kategorin är *Hållbar design*, då pratar deltagarna om hur de uppfattar hållbar design, framförallt handlar det om produkters livslängd och kvalitet. Den andra kategorin är *Hållbara produktionsmönster*, då ger deltagarna sin uppfattning av hur de som producenter praktiskt kan arbeta med hållbarhet. De framhåller producentens ansvar i sammanhanget och menar att material och materialets ursprung är viktiga faktorer att förhålla sig till. Som en tredje kategori befinner sig *Hållbara konsumtionsmönster*. För deltagarna innebär detta hur en anpassning till konsumenterna kan ske, men även om att välja sin kundgrupp. Konsumenterna utgör även en stor drivkraft för flera deltagare eftersom de kan skapa produkter till kunderna som gör dem glada och tillfredsställda. Den fjärde och sista kategorin är *Stödjande system*. Här diskuterar deltagarna hur deras utbildning och arbetsplats har påverkat dem, men även hur lagar och regleringar kan vara viktigt för en hållbar utveckling.

Deltagarna får fiktiva namn och Fokusgrupp 1 presenteras som Majken, Amelie, Juni och Belinda. Fokusgrupp 1 består av en studentgrupp vid Linköpings universitet på kandidatprogrammet Slöjd, hantverk och formgivning. Studenterna är för närvarande inne på sitt andra år på utbildningen. Fokusgrupp 2 presenteras som Ellen, Hilda och Love. De har alla anknytning till kandidatprogrammet Slöjd, hantverk och formgivning som tidigare studenter, men är nu ute i arbetslivet.

Gruppsamtalen fick deltagarna att diskutera friare än i en traditionell enskild intervju, men även att lyssna in andra deltagares uppfattningar om hållbarhet och många gånger

påmindes de om tankar de förmodligen inte hade kommit på om det varit enskilda intervjuer. Eftersom deltagarna i grupperna kände varandra sedan innan och hade liknande bakgrund, i form av utbildning, fanns det inte några starkt avvikande uppfattningar. Det märks i Fokusgrupp 2 att de har en annorlunda uppfattning om arbete ut mot kund eftersom de har mer erfarenhet än Foksu-grupp 1. Det märktes genom att Fokusgrupp 2 vill och tycker att det är roligt att tillmötesgå kunder medan Fokusgrupp 1 själva vill styra i sitt skapande arbete.

Hållbar design

För deltagarna handlar hållbar design framförallt om produkters livslängd och kvalitet, men även att det inte ska konsumeras mer än nödvändigt och att detta går samman med produkters material och kvalitet. Båda Foksu-grupperna uppfattar hållbar design på ett liknande sätt.

Med hållbar konsumtion och hållbart skapande menar Hilda (2) att produkterna ska ha en lång livslängd oavsett hur de är tillverkade. Hennes vision är att folk som köper hennes produkter ska köpa färre saker. Hon hoppas att den produkt hon kan erbjuda kunden ska tillfredsställa kunden så att hen inte behöver köpa nästkommande tio saker. Det här stämmer överens med Barkmans (2014:24-26) sätt att se på hållbar konsumtion då han menar att vi bör minimera användningen av naturresurser samtidigt som varor och tjänster ska kunna svara för grundläggande behov och ge bättre livskvalitet. Hilda fortsätter att beskriva hur svårt det kan vara att nå ut med tanken om att vi borde konsumera mindre, det finns ingen märkning för något sådant, hon tillägger att det är en värdering som hon försöker föra vidare till sina kunder. Ellen (2) håller med om att det finns en problematik med att skapa saker som ska konsumeras när vi borde fokusera på att konsumera färre saker. Ellen kan ibland känna att hon har en dubbelmoral när hon skapar produkter samtidigt som hon inte vill töra på miljön. Hennes slutsats blir att det måste vara hållbara produkter, de måste ha kvalitet. Ellen arbetar som guldsmed vilket inte är en giftfri branch, men de smycken som tillverkas har en lång livslängd och materialet går att återanvända gång på gång.

Det finns en skillnad mellan miljövänligt och hållbar utveckling menar Juni (1). Till exempel kan en produkt vara tillverkad i trä, som kanske anses vara ett miljövänligt alternativ gällande material, men om produkten inte håller i längden utan det

konsumeras många av samma produkt så används onödigt mycket material mot vad det borde göra och miljöpåverkan blir stor på det viset. Mathilda Tham skriver om en liknande problematik då kläder och mode inte står för samma sak. Att modekläder slängs är inte på grund av deras trasiga sömmar utan för att det emotionella bandet till tid och rum inte längre finns kvar (Tham 2008:73-74). Det kan då vara av stor vikt att i skapandet av nya produkter vara medveten om hur produkten kommer att användas och vilken livslängd och kvalitet produkten bör ha för att arbeta hållbart.

Hållbara produktionsmönster

Uppfattningarna de båda Fokusgrupperna har kring hållbara produktionsmönster stämmer ganska bra överens. De menar att det är viktigt var materialet de tänkt arbeta med kommer ifrån och hur processen i framtagningen av materialet har gått till. En skillnad som uppstod mellan grupperna var att en deltagare i Fokusgrupp 2 framhöll hur viktigt det är att göra bruksföremål. I Fokusgrupp 1 argumenterade en deltagare istället för att budskapet är det viktigaste i produkten. Deras uppfattningar om att producenten har ett stort ansvar och hur viktigt det är att de kan stå för sin inställning och det som tillverkas var dock gemensam. Det finns många aspekter som producenten behöver ta ställning till och i detta fall har deltagarna valt olika lösningar.

Under intervjun i Fokusgrupp 1 berättar Amelie att hon i en kurs på utbildningen skulle göra ett klädesplagg och ville då använda sig av ekologisk bomull. Detta visade sig svårt att hitta om det inte beställdes långväga ifrån. Juni (1) fyller i att samma sak hänt henne när hon letat efter ekologiskt linnetyg. Lång frakt väcker också tankar om vad som egentligen är mest miljövänligt mellan det ekologiska och det närproducerade alternativen. Att utbudet inte matchar efterfrågan är ett problem när det finns en vilja att skapa hållbara produkter. I rapporten *Hållbara laster: konsumtion för en ljusare framtid* (SOU 2004:40-41) skrivs det om att hållbara konsumtionsmönster kan uppstå när det finns hållbara produktionsmönster. Majken (1) håller med om att produktionsmönstrena måste vara hållbara.

[...] För folk kan ju inte välja miljövänliga saker om det inte finns. Så då är det ju vår uppgift, som skapande personer, att göra så att vi gör saker som inte har några typ... miljöpåverkan eller bara en liten miljöpåverkan (Majken).

Majken menar att det är svårt för människor att välja miljövänliga och hållbara

alternativ om de inte finns tillgängliga. Hon tycker absolut att det är viktigt att människor som arbetar med skapande i form av hantverk tar ansvar och gör så gott de kan med att erbjuda så bra alternativ som möjligt.

Love (2) tycker att det känns viktigt att veta varifrån det material han väljer att arbeta med kommer. Han köper helst svensk björk, men kan även köpa från närliggande länder. Han skulle däremot aldrig köpa virke från regnskogen, även om det är FSC-märkt, delvis på grund av de långa transporterna och på grund av den miljöförstöring som sker. Han tycker att charmen i hans material delvis ligger i att kunna gå ut och själv hugga ner det träd han ska ha, då vet han precis varifrån det kommer och hur processen har gått till. Ellen (2) håller med om att hon vill veta var materialet kommer ifrån. På hennes arbetsplats använder de sig av Kimberlyprocessen som är ett system där stenar kan spåras från butik tillbaka till ursprungskällan. Eftersom hållbar utveckling innebär miljömässig, ekonomisk och social hållbarhet (Barkman 2014:24-26) finns det en stor mening med att granska var materialet kommer ifrån och på vilket sätt det har framtagits.

Under intervjun med Fokusgrupp 1 talar deltagarna om att producenten och människor som arbetar med skapande i form av hantverk har ett stort ansvar för miljön och människor som kommer i kontakt med deras arbete. Det finns uppfattningar om att det blir en stor miljöpåverkan om det produceras mycket. Juni (1) säger att det i liten skala kanske inte blir lika stor påverkan, men att det ändå är viktigt med ett hållbarhetstänk eftersom det ändå visar en inställning till konsumenterna. Majken (1) fyller i att det finns ett ansvar att skapa saker som producenten själv kan stå för. Vilket material eller tillvägagångssätt människor som arbetar med skapande i form av hantverk sedan väljer att använda är upp till var och en, men om hållbarhet är viktigt bör det synas i produkterna. Amelie (1) håller med och tillägger att det även handlar om att det ska vara säkert för konsumenten att använda produkten. Hon tillägger också att genom att visa en inställning och ge ett budskap till sina kunder om att det är miljövänligt så kommer fler att börja tänka i de banorna. Hon har haft produktidéer med mindre miljövänliga materialval men väljer att släppa de idéerna eftersom hon inte tycker att det är värt det utifrån ett hållbarhetsperspektiv och menar att det finns andra saker hon kan göra. Enligt Karlsson (2008:5) går det att skapa produkter med vacker och funktionell design utan att fördärva miljön.

För Love (2) består hans förhållningssätt till ett hållbart arbetssätt, rent praktiskt, framförallt i att använda sig av naturmaterial, att göra produkter som har lång livslängd och att göra bruksföremål. Han känner att han inte bidrar lika mycket till berget med saker om han gör produkter som går att använda istället för prydnadsföremål. Han tillägger sedan att det även går att diskutera mycket och länge kring praktisk och estetisk funktion. För egen del har han dock valt att göra bruksföremål och fokuserar framförallt på att det ska finnas en praktisk funktion. Som Majken (1) sa under intervjun i Fokusgrupp 1 är det viktigt att producenten själv kan stå för det hen gör och det blir tydligt att Love har gjort ett ställningstagande för att kunna stå för det han gör. Loves och Majkens uppfattningar om ett hållbart arbete skiljer sig mycket då Majken istället ofta arbetar utifrån en frågeställning och ett budskap. Hon har då inte samma principer som Love i att använda sig av naturmaterial, utan kan gå utanför den ramen om hon behöver. Till exempel skulle hon kunna använda sig av plast för att synliggöra miljöförstöring och plastanvändning, men hon tillägger då att hon förmodligen skulle använda återbrukad plast i sitt arbete. Majken beskriver det som att det finns ett miljövänligt perspektiv och ett hållbarhetsperspektiv, det finns många synvinklar och det är många frågor som producenten behöver ta ställning till. I Naturvårdsverkets rapport (Andrén m.fl. 2004:3) beskrivs några förebyggande strategier med produktens livscykel som bör vara genomtänkta. Bland dessa finns hela produktens process med, från råvaruutvinning till användning och sluthantering och alla steg där emellan. Majken sammanfattar sitt arbete med att det snarare är ett förhållningssätt än att hon använder miljövänliga material. Hon poängterar vikten av att ta ansvar för alla steg.

Hållbara konsumtionsmönster

Båda Fokusgrupperna uppfattar att det finns en efterfrågan från kunder om miljövänliga och hållbara produkter. I Fokusgrupp 2 pratas det om denna efterfrågan som en trend. När det kommer till att anpassa sig till sina kunder skiljer sig uppfattningarna mellan grupperna. Fokusgrupp 2 tycker att det är roligt att tillmötesgå kunderna och ge dem det de önskar, deltagarna beskriver det som en drivkraft i deras arbete. I Fokusgrupp 1 vill deltagarna helst inte anpassa sig till kunderna då de vill behålla sitt eget formspråk och materialval. De konstaterar att det går att välja kundgrupp och ser det som en lösning för att slippa kompromissa med sitt skapande. Denna skillnad skulle delvis kunna bero på att Fokusgrupp 2 är ute i arbetslivet och möter kunder medan Fokusgrupp 1 fortfarande

studerar och inte har den erfarenhet som Fokusgrupp 2 har av att arbeta mot kund.

Ellen berättar under intervjun i Fokusgrupp 2 att kunderna i guldsmedbutiken, där hon arbetar, ofta frågar efter ekologiskt guld, hon upplever att det har blivit en trend att ha ett miljötänk och ifrågasätta var och hur produkter tillverkas. Hon berättar att det är en giftig process att ta fram guld, men berättar glatt att det inte bryts mycket guld alls längre. Guld som redan är framtaget återanvänds och är i en ständig omloppsbanan. Det är även väldigt många kunder som kommer in med egna smycken som de ärvt, som de vill smälta ner och göra om till nya smycken. Som Ellen har uppfattat det är anledningen främst för att behålla affektionsvärdet i det nya smycket, men det skapar även ett hållbart arbete för henne och hennes kollegor. Det arbete som Ellen och hennes kollegor gör går att benämna som ett *Stödjande system* (Andrén m.fl. 2004:187-188) eftersom de underlättar för kunderna att handla hållbart, även om det inte var kundens medvetna avsikt från början.

Barkman (2014:24-26) beskriver *Svag hållbar konsumtion* som en utveckling av redan befintliga produkter och att dessa produkter sedan måste väljas av konsumenterna. Det blir tydligt vad *Svag hållbar konsumtion* är när Belinda (1) berättar att hon har gjort datorfodral i andra, mer naturliga material än de fabrikstillverkade är i och säger att hon fått stor efterfrågan på dem. Konsumenterna är intresserade av produkten i det miljövänliga materialet. Detta skulle vi kunna kalla för *Rekoism* eftersom kunden kan ta ansvar för miljön utan att själv få ett tråkigare liv (Bertilsson 2008:83). Majken (1) säger att hon helst skulle slippa att anpassa sig efter vad konsumenten vill ha, men att det också kan vara svårt och att det krävs anpassning. Om en produkt är tänkt till försäljning så bör produkten anpassas så att den blir säljbar. Juni (1) tycker också att det är svårt när det kommer till att anpassa sina produkter efter konsumenterna. Hon vill själv kunna välja formspråk och material. ”Man får inte tappa bort sig själv i det tror jag” (Juni). Amelie (1) poängterar att det går att välja kundgrupp. Hon behöver inte rikta sig mot de som vill ha de billigaste produkterna utan kan istället vända sig till dem som uppskattar hantverkstillverkade produkter med ett hållbarhetsperspektiv. Att konsumenterna går att dela in i olika grupper gör att vi kan se hur politisk konsumtion kan fungera som redskap. En inriktning på politisk konsumtion är när konsumenterna bildar en grupp som agerar för att värna om en hållbar utveckling (Soneryd m.fl. 2011:58), även kallad *Stark hållbar konsumtion* (Barkman 2014:24-26).

När Ellen (2) beskriver varför hon tycker att det är roligt att arbeta med hantverk är det till viss del för att se kundernas glada reaktioner när de får någonting som de förväntat sig. Hilda (2) håller med och säger att det är beställningar som driver henne i hennes arbete. Det är roligt att ge kunden det den vill ha. Det ger skaparglädje att göra kunder nöjda. Hildas kunder efterfrågar framförallt giftfria och färgglada produkter. Så även om hon själv inte nödvändigtvis vill arbeta giftfritt så påverkar hennes kunder henne i en riktning. Men det finns också en problematik med att kalla produkterna för giftfria eller hållbara. Det är stora begrepp menar Hilda och säger att många kunder blir väldigt glada om det står att det till exempel är ekologiskt. Men det är också många kunder som vill veta mer detaljer om hur processen har gått till och vad det är för material som använts. Till exempel målar Hilda helst sina träprodukter i linolja som är ett naturmaterial, men hon använder även akrylfärger, som innehåller plast. Det viktiga är då att vara ärlig mot kunden menar hon, så att kunden själv kan göra sitt val. Lars Kaijser och Jacob Östberg (2010:43) menar att konsumtionskulturen formar uppfattningar hos konsumenterna om vilka alternativ som finns och vilka tankar som bör tänkas kring dessa. Mikael Karlsson (2008:5) menar att trenden där efterfrågan på miljömärkta och hållbara produkter växer sig större. Trender kan påverka konsumtionskulturen och hur konsumenter tänker kring till exempel giftfria och hållbara produkter. I Hildas fall verkar det som att de kunder som kommer till henne har ett medvetet förhållningssätt till hållbar konsumtion, kanske framförallt eftersom många av Hildas produkter är tänkta till barn.

Stödjande system

De stödjande system som kommer upp till diskussion under fokusgruppsintervjuerna är styrning ovanifrån i form av lagar, information till producenter i form av utbildning och arbete, samt att tillgängligheten och utbudet av hållbara produkter underlättar för konsumenter. Deltagarna i fokusgrupperna uppfattar lagar och regleringar kring material och kemikalier positivt eftersom det underlättar för dem att välja material till deras arbete. Fokusgrupp 2 tycker att det är bra men litar ändå inte på att allt som finns på marknaden är hållbart. Båda fokusgrupperna uppskattar de stödjande system som finns på utbildningar och arbeten, då det finns likasinnade att prata med och som granskar det som tillverkas. Uppfattningarna skiljer sig också åt mellan grupperna då Fokusgrupp 2 uppfattar det mer som en livsstil där privatliv och arbetsliv flödar samman och undermedveten information styr. Denna undermedvetna information har förmodligen

påverkats av utbildning, arbete och andra informationskanaler. Fokusgruppernas uppfattningar kring stödjande system för konsumenterna liknar varandra. De upplever att utbudet av hållbara produkter och den nya trenden kan förenkla för kunderna i deras val.

Majken (1) och Amelie (1) menar att det går att till viss del göra konsumtion mer hållbar genom att reglera skatter till fördel för hållbara produkter. Det handlar bland annat om att se över vilka material som är farliga och inte bör användas. Inom klädbranschen finns det till exempel lagar om minskad användning av kemikalier och vattenanvändning, användning av mer hållbara material som till exempel ekologisk bomull ökar (Tham 2008:73-74). Majken menar att det är svårt att ändra vanor och att de hållbara alternativen måste vara lättillgängliga. Det krävs *stödjande och underlättande strukturer och system* för individuella och sociala förändringsprocesser för miljövänligare livsstilar menar Andrén och Arderup (2004:187-188). Dessa system kan vara till exempel lagar och skatteregleringar. Majken tillägger att alternativet är att ändra hela konsumtionssamhället. Hon säger att vi inte behöver alla de saker vi köper och Amelie fyller i med att utbudet påverkar varför det slängs mycket saker. Konsumtionskulturen har format vårt sätt att tänka kring vilka alternativ som finns och vad som gör oss lyckliga (Kajiser m.fl. 2010:43). För att ändra vad folk tror att de bör tänka krävs system som visar på att det finns andra sätt att leva.

Ellen berättar under intervjun i Fokusgrupp 2 att hon arbetar med guld och att det i processen används många märkliga syror och vätskor. Det positiva är att det finns regleringar kring vilka ämnen som får användas. En produkt kan plötsligt plockas bort eftersom den inte anses fylla upp de krav som en hållbar produkt behöver leva upp till. Det tycker även Hilda (2) är mycket bra eftersom hon använder sig av många olika färger. Då är det skönt att det har tagits beslut ovanifrån som ser till att hon inte köper något farligt, menar Hilda. Eftersom dagens konsumenter förväntar sig att företag tar ett visst moraliskt ansvar (Siljerud 2011:111-113) kan det vara skönt för producenterna att inte behöva göra alla val själva utan att vissa är styrda ovanifrån. Hilda tillägger också att hon kanske litar för mycket på de regleringar som finns. Det är till exempel många som pratar om hormonstörningar i plaster trots att de fortfarande används.

I Fokusgrupp 2 berättar Hilda att hon tycker det är svårt att säga att hon skulle arbeta medvetet. Hon funderar också på vilket arbetssätt som inte skulle vara hållbart. Hon

upplever inte att hon är i gränslandet och arbetar. Till exempel använder hon inte, vad hon känner till, några giftiga färger till sina tråklossar. Hon menar att sådant som till exempel lukt ger starka varningssignaler om att det kan vara giftigt. Därmed gör hon förmodligen ganska hårda gränsdragningar utan att vara säker på att hon behöver göra dem. Ellen (2) fyller i att människor som arbetar med skapande i form av hantverk säkert har mycket kunskap undermedvetet, men då är det även svårt att veta vad som är verklighet och inte. Hilda fortsätter med att fundera kring vad ett icke hållbart arbetssätt skulle kunna vara och kommer fram till att det kanske är att tillverka trendigare produkter, som då skulle ha en kortare livslängd. Hon tillägger att det givetvis är svårt att förutse och därför svårt att arbeta efter. Love (2) medger att det är svårt att tänka på alla aspekter i ett hållbarhetsperspektiv. Det är inte bara svårt för producenten, Siljerud (2011:262) menar att det även är svårt för konsumenten att tänka på alla aspekter, framförallt när det finns många alternativ att välja bland, då kan valet bli svårt. Även om Hilda inte aktivt arbetar med att göra trendiga produkter är det tillfredsställande och viktigt för henne att kunderna inte växer ur produkterna. Hon vill till exempel att hennes målade tråklossar ska få lite patina, det ska synas att de blivit använda.

Det har ju inte folk frågat men om någon skulle fråga "Håller den här färgen?" Då skulle jag säga "Nej, det hoppas jag att den inte gör för jag hoppas att det kommer synas att någon har använt den." (Hilda)

Hållbarhet för Hilda är inte att produkten ska se ut som den gjorde nytillverkad. Produkterna ska få utvecklas och växa i värde på ett helt annat sätt. Under intervjun diskuteras det vidare om att olika produkter även slits olika snyggt och att det är en konst att göra saker som slits på ett fint sätt. De konstaterar även att det handlar mycket om vilket material som används. Detta är även något som Bertilsson (2008:38) belyser som en viktig aspekt i ett hållbart arbete.

Under intervjun i Fokusgrupp 1 frågas deltagarna hur de tänker kring hållbart skapande och hållbar konsumtion. Amelie (1) svarar att hon tänker mer på hållbart skapande än på att hon själv ska konsumera hållbart. Juni (1) håller med Amelie om att hon tänker mycket på hur hon själv gör i sitt skapande, framförallt på utbildningen där det finns flera likasinnade med tankar om hållbart skapande och arbetet granskas av andra. Hemma är det svårare att tänka miljövänligt och hållbart eftersom ingen granskar och påminner om det. För att människor ska kunna tillämpa mer hållbara livsstilar krävs ändring i de system och strukturer som finns. Karlsson (2008:5) menar att en ny trend är

här som innebär större efterfrågan på miljömärkta och hållbara produkter. Juni berättar att hon känner sig delaktig på ett annat sätt när hon själv gör produkter än om hon köper dem färdiga och fortsätter med att berätta om hur hennes sätt att tänka verkligen har förändrats sedan hon började på utbildningen. Belinda (1) håller med om att hon har börjat tänka mer på vad saker innehåller och var de kommer ifrån sedan hon började på utbildningen. Juni och Belindas individuella och sociala förändringsprocesser har alltså förändrats eftersom deras utbildning har skapat stödjande strukturer för miljövänligt och hållbart skapande (Andrén m.fl. 2004:187-188). I Fokusgrupp 2 går diskussionen lite annorlunda. Love (2) och Hilda (2) menar att skapandet är en livssituation och en livsstil som de har valt. De känner sig ganska informerade redan som privatpersoner om hållbarhet och menar att privatlivet och arbetslivet påverkar varandra. Ellen (2) berättar att hon har påverkats mycket av sina chefers sätt att arbeta. De är mycket bestämda med vilka material de använder sig av, för att kunna visa var det kommer ifrån och att det är ekologiskt eller återvunnet guld. Hon säger att de är mycket tydliga med att informera kunderna om hur de arbetar för att sprida information och för att kunna konkurrera med andra företag. Det går att se en nyfikenhet och en vilja, hos både konsumenter och producenter, att lära sig mer om hållbarhet och agera utefter det, vilket kanske är tecken på att den nya trend som Karlsson (2008:5) menar, existerar. Kanske att denna trend sedan kommer att förvandlas till en livsstil, som deltagarna i Fokusgrupp 2 pratar om.

Slutdiskussion

För att svara på frågeställningarna om hur nuvarande och tidigare studenter på kandidatprogrammet Slöjd, hantverk och formgivning vid Linköpings universitet, som arbetar med skapande i form av hantverk, uppfattar och förhåller sig till hållbart skapande och hållbar konsumtion har materialet från fokusgruppsintervjuerna delats in i fyra kategorier. Dessa kategorier är *Hållbar design*, *Hållbara produktionsmönster*, *Hållbara konsumtionsmönster* och *Stödjande system*.

Kategorierna *Hållbar design* och *Stödjande system* svarar på deltagarnas uppfattningar kring hållbart skapande och hållbar konsumtion, medan kategorierna *Hållbara produktionsmönster* och *Hållbara konsumtionsmönster* svarar på deras förhållningssätt till hållbar konsumtion i sitt skapande. För att sammanfatta det som framkommit i analysen är alla deltagare i de båda grupperna förvånansvärt överens om vad hållbar

utveckling innebär för dem i deras skapande arbete. Det finns vissa uppfattningar som skiljer sig och resulterar i olika arbetssätt, till exempel om produkten ska gå att bruka eller om budskapet i produkten prioriteras. En annan uppfattning som skiljer sig mellan grupperna är anpassningen till kunder. Fokusgrupp 2 som har påbörjat sitt arbetsliv inom området finner en drivkraft i att förhålla sig till kundernas önskemål samtidigt som de förhåller sig till ett hållbart skapande.

Deltagarna beskriver sin uppfattning av *Hållbar design* med att produkterna måste ha en lång livslängd och kvalitet, men även med att konsumtionen måste minska. Detta sammanfaller med IPP, integrerade produktpolitiken, vilket är en förebyggande strategi med produktens livscykel som bas (Andrén m.fl. 2004:3). För en hållbar utveckling krävs det att produkterna som tillverkas håller länge och har ett värde som uppmuntar konsumenter till att köpa färre saker.

Deltagarna förhåller sig till material och arbetsprocess för att uppnå *Hållbara produktionsmönster*. Det kan vara svårt för producenten att hitta hållbara material och det är många aspekter som vägs in för att avgöra vad som passar bäst till varje produkt. Deltagarna är rörande överens om att de har ett stort ansvar att tillverka hållbara produkter. De verkar se samma potential i att skapa produkter med vacker och funktionell design utan att fördärva miljön som Karlsson (2008:5) ser. Det är viktigt att visa en tydlig inställning och ärlighet för att kunderna själva ska kunna välja vad de vill köpa eller inte köpa samt för att visa att det finns ett intresse och engagemang för en hållbar utveckling.

Gällande förhållningssättet till *Hållbara konsumtionsmönster* tycker deltagarna att det är viktigt att visa konsumenterna att det finns hållbara alternativ. Utan att ändra hållbarheten i produkterna kan de anpassas till kunderna för att tillfredsställa dem. När redan befintliga produkter väljs av konsumenterna kallas detta *Svag hållbar konsumtion* (Barkman 2014:24-26). Eftersom konsumtionskulturen formar vilken uppfattning konsumenterna har kring vilka alternativ som finns (Kaijser m.fl. 2010:43) kan detta ge upphov till en hållbarhetstrend och livsstil.

Stödjande system uppfattas positivt av deltagarna. De ser hur information och hållbarhetsperspektiv som utbildning och arbete påverkar dem att arbeta mer hållbart. De uppskattar även de lagar som ser till att vissa material inte finns tillgängliga då de är

miljö- och hälsofarliga. Även stödjande system för konsumenten i form av tillgänglighet av hållbara produkter uppfattas påverka den hållbara utvecklingen. För att uppnå miljövänligare livsstilar menar Andrén och Arderup (2004:187-188) att det är nödvändigt med *stödjande och underlättande strukturer och system*.

Utifrån dessa uppfattningar tolkar jag att hållbar utveckling uppfattas som ett stort och komplext område. Det är svårt för människor som arbetar med skapande i form av hantverk att vara insatta i alla aspekter som bör tas hänsyn till. Deltagarna har viss information om hållbar utveckling, denna kan tolkas komma från ett intresse som hos vissa har skapat en livsstil. Sådant som kan påverka intresset för hållbar utveckling är till exempel vänner, familj, utbildning och arbete. Stödjande system (Andrén m.fl. 2004:187-188), som till exempel utbildning, arbete och lagar, kan tolkas som oerhört viktiga eftersom deltagarna uppfattar att de påverkats mycket av dem. Dessa stödjande system skulle kunna vara ett område det borde läggas mer energi på i samhället, till exempel som information på utbildningar. Detta för att nå ut till fler som i sin tur kan få ett ökat intresse för hållbar utveckling och då börja arbeta hållbart. Det samma gäller lagar och regleringar eftersom dessa fungerar som vägvisare i val av material. Dessa skulle kunna bli mer omfattande eftersom det fortfarande finns ämnen som förgiftar miljön.

Det uppstår ett dilemma gällande skapande och hållbar konsumtion. Förutsatt att människor som arbetar med skapande i form av hantverk har för avsikt att försörja sig, åtminstone till viss del, på sitt skapande arbete innebär det att produkterna måste säljas och konsumtion uppstår. För att kunna arbeta hållbart krävs en minskning av användandet av resurser, naturen måste kunna återskapa materialen i samma takt som de används (Thorpe 2008:36). Det krävs då att produkterna har kvalitet och en lång livslängd, men även att de har ett värde som får konsumenter att göra avvägande och begrundade beslut i vad de köper.

Vidare forskning

Eftersom det var svårt att hitta forskning inom ämnet krävs mycket vidare forskning inom ämnet. Denna skulle kunna vara var ifrån människor som arbetar med skapande i form av hantverk får sin främsta information ifrån och hur trovärdig den är, samt på vilket sätt det går att öka intresset för att arbeta hållbart och hur information kring ett

hållbart arbetssätt på ett enkelt sätt kan spridas och vara tillgängligt. Vidare forskning skulle även kunna handla om hur framtida arbeten för människor som arbetar med skapande i form av hantverk ser ut, om det handlar om konsumtion i samma utsträckning eller om det finns andra arbetssätt för ett hållbart skapande. Det skulle även kunna ske en jämförelse mellan industrin och hantverket med ett perspektiv på hållbar utveckling.

Referenslista

Alexandersson, Mikael (1994). "Den fenomenografiska forskningsansatsens fokus". I Starrin, Bengt & Svensson, Per-Gunnar (red.). *Kvalitativ metod och vetenskapsteori*. Lund: Studentlitteratur

Andrén, Sabina & Arderup, Madeleine (2004). *Humanekologiska perspektiv på hållbar produktion och konsumtion [Elektronisk resurs] : helhetssyn på integrerad produktpolicy (IPP)*. Stockholm: Naturvårdsverket

Auerbach, Lisa Anne (2009) "d.d.i.y. Don't do it yourself - Gör det inte själv". I Åhlvik, Clara & Busch, Otto von (red.). *Handarbete för en bättre värld*. Jönköping: Jönköpings läns museum

Barkman, Henric (2014). *Barriärer och broar för hållbar konsumtion [Elektronisk resurs] : fyra typer av medborgarkonsumenter och möjligheterna för deras engagemang*. Licentiatavhandling. Stockholm : Stockholms universitet, 2014

Bertilsson, Cecilia (2008) "Rädda världen snyggt". I Bertilsson, Cecilia & Hellmark, Mats (red.). *Grön design*. Stockholm: Naturskyddsföreningen

Bertilsson, Cecilia (2008) "Vackra tygers fula baksida". I Bertilsson, Cecilia & Hellmark, Mats (red.). *Grön design*. Stockholm: Naturskyddsföreningen

Bryman, Alan (2011). *Samhällsvetenskapliga metoder*. 2., [rev.] uppl. Malmö: Liber

Dahlgren, Lars Owe & Johansson, Kristina (2009) "Fenomenografi". I Fejes, Andreas & Thornberg, Robert (red.). *Handbok i kvalitativ analys*. 1. uppl. Stockholm: Liber

Engbloms, Kerstin (2009). *Hantverk i Sverige - Beredskap inför framtida behov av låg energikonsumtion*. Kandidatuppsats. Lund : Lunds universitet, 2009

Forskningsetiska principer inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning. (2002). Stockholm: Vetenskapsrådet

Jändel, Nicolas (2008) "Återvinning som skön konst". I Bertilsson, Cecilia & Hellmark, Mats (red.). *Grön design*. Stockholm: Naturskyddsföreningen

- Kaijser, Lars & Östberg, Jacob (2010). *Konsumtion*. Malmö: Liber
- Karlsson, Mikael, (2008). "Förord" I Bertilsson, Cecilia & Hellmark, Mats (red.). *Grön design*. Stockholm: Naturskyddsföreningen
- Konsumtionsrapporten* [Elektronisk resurs]. (2015-). Göteborg: Centrum för konsumtionsvetenskap, Handelshögskolan vid Göteborgs universitet
- Kristina Schultz, <http://kristinaschultz.se/100dagar/om-projektet/>, 2016-02-18
- Kågesson, Per (1993). *Miljö och ekonomi i samspel*. Stockholm: Naturskyddsföreningen Förlag
- Lidewij Edelkoort, <http://www.trendtablet.com/10019-when-design-craft-meet>, 2016-02-18
- Linköpings universitet, <https://liu.se/utbildning/program/slojd/beskrivning?l=sv> 2016-06-06
- Moberg, Fredrik (2008) "Biomimikry: naturen som designer". I Bertilsson, Cecilia & Hellmark, Mats (red.). *Grön design*. Stockholm: Naturskyddsföreningen
- Nilsson, Andreas & Lundström, Henrik (red.) (2010). *Miljömålen: svensk konsumtion och global miljöpåverkan*. Stockholm: Naturvårdsverket
- Nordquist, Katarina (2010). *Formgivarens fotavtryck - Hur tre formgivare förhåller sig till hållbar utveckling*. Kandidatuppsats. Linköping : Linköpings universitet, 2010
- Redström, Johan (2014) "Former av hållbarhet". I Lind, Torbjörn (red.). *Metod - process - redovisning: artiklar och rapporter om den fortsatta utvecklingen av konstnärlig forskning = Method - process - reporting : articles, reviews and reports of the ongoing development on artistic research*. Stockholm: Vetenskapsrådet
- Rosén, Bo & Rosén, Elsbeth (1983). *Händernas verk: en bok om hantverkets villkor och framtid*. 1. uppl. Stockholm: LiberFörlag
- Siljerud, Peter (2011). *100 trender: din guide till framtiden*. 1. uppl. Malmö: Liber
- Sommar, Ingrid & Helgeson, Susanne (2012). *Köp dig fri!: om design, överlevnad och*

konsumtion. Malmö: Arena

Soneryd, Linda & Uggla, Ylva (2011). *(O)möjliga livsstilar: samhällsvetenskapliga perspektiv på individualiserat miljöansvar*. 1. uppl. Lund: Studentlitteratur

Starrin, Bengt (1994). "Om distinktionen kvalitativ - kvantitativ i social forskning". I Starrin, Bengt & Svensson, Per-Gunnar (red.). *Kvalitativ metod och vetenskapsteori*. Lund: Studentlitteratur

SOU. Utredningen om en handlingsplan för hållbar konsumtion - för hushållen. (2004). *Hållbara laster: konsumtion för en ljusare framtid : delbetänkande*. Stockholm: Fritzes offentliga publikationer

Tham, Mathilda (2008) "Mode, tid och ekologi". I Bertilsson, Cecilia & Hellmark, Mats (red.). *Grön design*. Stockholm: Naturskyddsföreningen

Thorpe, Ann (2008). *Design för hållbar utveckling: ekologi, ekonomi, kultur*. Stockholm: Raster

Uljens, Michael (1989). *Fenomenografi: forskning om uppfattningar*. Lund: Studentlitteratur

Vetenskapsrådet, <http://www.codex.vr.se/texts/HSFR.pdf>, 2016-05-12

Wibeck, Victoria (2010). *Fokusgrupper: om fokuserade gruppintervjuer som undersökningsmetod*. 2., uppdaterade och utök. uppl. Lund: Studentlitteratur

Zetterlund, Christina (2009) "Vad kan vi göra?" I Åhlvik, Clara & Busch, Otto von (red.). *Handarbete för en bättre värld*. Jönköping: Jönköpings läns museum

Intervjufrågor

Vad driver er i ert skapande?

Har ni några funderingar kring hållbar konsumtion och hållbart skapande?

Vad är det för er?

Hur ser ni på hållbar konsumtion i relation till ert skapande?

Vad tycker ni att ni som producenter har för ansvar?

Vilket ansvar har konsumenten?

Hur påverkas ni av konsumentmakten?

Hur tänker ni kring att påverka konsumtionsmönster genom hållbar design?

Var kommer era funderingar/värderingar/tankar ifrån?

Presentationsdatum 2016-06-03		Institutionen för Kultur och kommunikation	
Publiceringsdatum 2016-08-16		Estetiska avdelningen	

URL för elektronisk version

<http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:liu:diva-128999>

Skapande i relation till hållbar konsumtion – Hur människor som arbetar med skapande i form av hantverk uppfattar och förhåller sig till hållbar utveckling

Frida Arwidson

Sammanfattning

För att svara på frågeställningarna om hur nuvarande och tidigare studenter på kandidatprogrammet Slöjd, hantverk och formgivning vid Linköpings universitet, som arbetar med skapande i form av hantverk, uppfattar och förhåller sig till hållbart skapande och hållbar konsumtion har materialet från fokusgruppsintervjuerna delats in i fyra kategorier. Dessa kategorier är *Hållbar design*, *Hållbara produktionsmönster*, *Hållbara konsumtionsmönster* och *Stödjande system*. För att sammanfatta det som framkommit i analysen är alla deltagare i de båda grupperna förvånansvärt överens om vad hållbar utveckling innebär för dem i deras skapande arbete. Det finns vissa uppfattningar som skiljer sig och resulterar i olika arbetssätt, till exempel om produkten ska gå att bruka eller om budskapet i produkten prioriteras. En annan uppfattning som skiljer sig mellan grupperna är anpassningen till kunder. Fokusgrupp 2 som har påbörjat sitt arbetsliv inom området finner en drivkraft i att förhålla sig till kundernas önskemål samtidigt som de förhåller sig till ett hållbart skapande.

Det uppstår ett dilemma gällande skapande och hållbar konsumtion. Förutsatt att människor som arbetar med skapande i form av hantverk har för avsikt att försörja sig, åtminstone till viss del, på sitt skapande arbete innebär det att produkterna måste säljas och konsumtion uppstår. För att kunna arbeta hållbart krävs en minskning av användandet av resurser, naturen måste kunna återskapa materialen i samma takt som de används (Thorpe 2008:36). Det krävs då att produkterna har kvalitet och en lång livslängd, men även att de har ett värde som får konsumenter att göra avvägande och begrundade beslut i vad de köper.

Antal sidor: 37

Nyckelord

Hållbar utveckling, skapande, hantverk, konsumtion, hållbar design, uppfattningar, produktionsmönster, konsumtionsmönster