

UNDRE

Et magisk tekstil som lar barn
forundre, forandre og fantasere

Diplomkandidat - **Stine Sofie Fevang**

Designretning - **Produktdesign**

Samarbeid med - **Blafre**

Arkitektur- og designhøgskolen i Oslo

Vår 2018

Veiledere

Hovedveileder - Nina Bjørnstad

Biveileder - Vera Pohle

Ekstern veileder - Marte Stine Liland Richardsen

Kontakt

Dersom du har noen spørsmål eller innspill kan du kontakte meg på:

Tlf: 98011355, Mail: ssfevang@hotmail.com

Foto

Bildene i denne rapporten er fra 3 hovedkilder:

- Hentet fra nett, da er det referert til på siden.
- Tatt av innholdsprodusent og digital markedsfører hos Blafre, Kristina Elisabet Kvammen. Dette er mange av bildene av ferdig produkt.
- Resten av bildene er tatt av meg, Stine Sofie Fevang.

Film

Vedlagt denne rapporten er det vedlegg med flere filmsnutter som hører til ulike steder i prosessen. Hvis du åpner den filmen jeg henviser til, anbefaler jeg at du bruker programmet VLC for best kvalitet.

Å undre seg handler om å være
nysgjerrig, utforskende og funderende.

Dette produktet og prosjektet heter UNDRE.

UNDRE oppfordrer, som navnet sier,
til å undre.

Undre på hvordan dette "teppe" skal brukes?

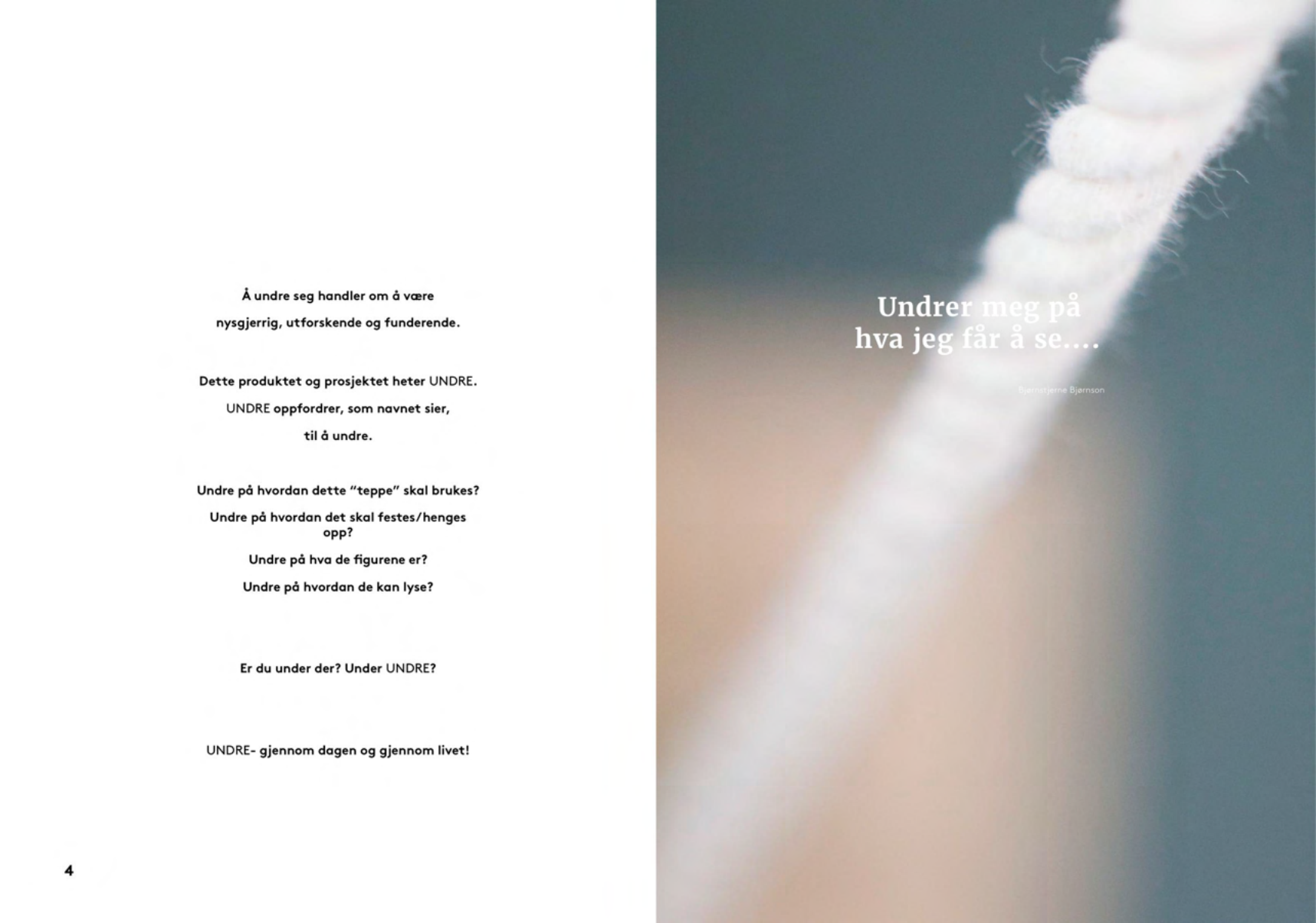
Undre på hvordan det skal festes/henges
opp?

Undre på hva de figurene er?

Undre på hvordan de kan lyse?

Er du under der? Under UNDRE?

UNDRE- gjennom dagen og gjennom livet!



Undrer meg på
hva jeg får å se....

Bjornstjerne Bjørnson

1. Innholdsfortegnelse

1. Innholdsfortegnelse

2. Introduksjon

Kortfattet sammendrag

Inspirasjon og personlig motivasjon

3. Kontekst & scope

Samarbeidspartner - Blafre

Masteroppgave i samarbeid med Blafre

DNA toolkit- Blafre

Blafres Visjon

Eksisterende miljø- og sosiale fokus

Dagens produktsegment og fremtidige muligheter

Målgruppe, aktører og interessenter

Type kunder

Type prosjekt

Resultatmål og effektmål

Hovedmål

4.

Metoder og fremgangsmåter

Generelt om metodene

DNA-toolkit

Samtykke og konfidensialitet

Design probe

Workshop

5. Bakgrunn og undersøkelser

Rammer for prosjektet

Emotionally durable design

Det Norske

Lekeverdi

Gule oppvaskhanser

Hva tilbyr vi barn å leke med?

Viktigheten av lek

Fremtidens borgere- hva vi lærer barna våre

Fremtidens forbrukere- bærekraftig konsumering

6. Valgt konsept, innsikt og funn

Valgt konsept - multifunksjonelt leketelt

Hvorfor leketelt?

Hvorfor multifunksjonelt?

Vokse med barnet

Valgte funksjoner

Valgt opplevelse - inn i en magisk verden

Trender og tendenser som har påvirket løsningen

Brukerinnsikt- barn

Brukerinnsikt- foreldre

Produkter på markedet

Ulike preferanser, barn og foreldre: Less is more, more is more

Eksisterende telt på markedet og deres grad av lekeverdi

Nostalgi og emotionally durable design

7. Prosess & konseptutvikling

Oversikt/tidslinje over prosessen

Type merkevare

Det tekniske og funksjonelle

Tidlig skisseprosess- 3 konseptretninger

Skisseprosess og mockups

Valgt konsept- multifunksjonelt leketelt/tekstil

Noen hovedretninger av byggesett

Brukerstest i workshop, observasjoner og funn

Helomvendning- trenger jeg egentlig byggesett/sk-jelett?

Drammeleketelt- barna liker den tradisjonelle måten å sette opp leketelt i stua

Problemer med vanlig måte å lage leketelt/hule

Erfaringer med leketelt - foreldre

"Kill your darlings" - gjøre det enkelt og smart

Valg av type funksjoner - fullt fokus på leketelt

Festemekanismer- Hva skal man feste duken/tekstilet til og med?

Formuttrykket på festemekanismene

Tekstil

Ferdig form og funksjon på duken

Materialer

Tekstil-materialet

Materialene i festemekanismene

Beskrivelse av prototypen

Sikkerhet

Det emosjonelle og opplevelsesbaserte

Historiefortelling- De ulike lysende verdenene

Nattehimmel med nordlys

I havets dyp

Viktigheten av å ta vare på havet

Moodboard

Kolleksjon/serie

Form og uttrykk

Funn fra workshop om form og uttrykk

Min talkning/analyse av Blafres figurer/ uttrykk

Selvlvsende forlemener på festemekanismene

Langtlvsende estetikk og forslag til videre bærekraftige tiltak

8. Produkt- og konseptforslag- UNDRE

To verdener

Multifunksjoner/ulike kontekster - Gjennom dagen og gjennom livet

Jakob på 6 år bruker UNDRÉ gjennom hele dagen

Tilbakemelding og brukertesting

Brukerstest med jente 5 år

Tilbakemelding fra voksne og bedrift

9. Veien videre, refleksjoner og konklusjoner

Videre mulig utvidelse av konseptet

Videre steg og vurderinger i prosessen mot produksjon

Refleksjoner rundt prosessen

Refleksjon rundt måloppnåelse

10. Referanser og kilder

Bøker

Annet trykt materiell

Webartikler

11. Takk til

12. Vedlegg

Workshop

Design probe

Møte med Blafre



2. Introduksjon

I dette kapitlet vil jeg dere kunne lese et kortfattet sammendrag av prosjektet.

Videre vil jeg beskrive min inspirasjon og personlige motivasjon for å gjøre dette prosjektet.

Kortfattet sammendrag

Kan denne pappesken bli til en båt, eller hva hvis jeg lager hull i pappen her, blir jeg da et flyvende monster?

Slik kan barn tenke. Barn er både inspirasjonskilden og målgruppen i dette prosjektet.

UNDRE er utviklet i samarbeid med familiebedriften Blafre, som designer og produserer produkter til barn. Målet har vært å designe et produkt med høy lekeverdi som barn kan utvikle et emosjonelt bånd til, skape gode minner og opplevelser, og et ønske om å ta vare på produktet over tid.

Gjennom en utforskende og brukerorientert prosess har funn fra målgruppen, markedet og Blafre gitt verdifull innsikt. Dette resulterte i et multifunksjonelt tekstil som barnet kan vokse med. Produktet kan brukes som et sengeteppe, en gardin, et leketelt, en sengehimmel eller et scenetepp. Alt etter hva barnet ønsker og har behov for.

Den funksjonen som har fått mest fokus er leketelt. Her har jeg tatt utgangspunkt i, og sett på hvordan barn ofte lager telt hjemme

i stua. De henger opp tepper over bord og stoler, bruker tau, strikker og klyper til å feste det med. Teltet innredes gjerne med puter, tepper og kosedyr.

Mange av leketeltene som fåes kjøpt på markedet i dag er statiske og med lite rom for utforskning. Her så jeg et behov for et leketelt som minner mer om de hjemmelagde teltene og som inviterer barnet inn til en kreativ og eksperimenterende prosess.

Underveis i designprosessen fant jeg likevel noen utfordringer med de hjemmelagde teltene, disse har jeg forsøkt å finne løsninger på i mitt produkt. UNDRE består av et tekstil, et sett med festemekanismer og en sekk for å frakte og oppbevare produktet.

Med UNDRE kan barna dra på en magisk telttur i sin egen stue. Her kan de se opp på fascinerende nordlys eller dykke ned i de dype hav med selvslysende maneter og merkelige kreasjoner. Motivene som er avbildet på duken kan bidra til en nysgjerrighet og fascinasjon over den verdenen vi lever i, som igjen kan skape engasjement for å ta vare på kloden vår. Barna våre er fremtiden og det er viktig at de tidlig tilegner seg gode vaner for bærekraftig forbruk. Med UNDRE kan de lære seg hvordan de kan bruke ting flere ganger og på nye måter. I fremtiden vil det også være avgjørende med gode evner til problemløsning, kreativitet, samarbeid og fleksibilitet. Gjennom dette produktet ønsker jeg å bygge opp under disse viktige egenskapene.

Inspirasjon og personlig motivasjon

Inspirasjon - Barn

I denne oppgaven ønsker jeg å tre inn i barns verden. Barn kan se historier og magi selv i de minste ting, som f.eks. en liten sopp ute i skogen eller en sky på himmelen. Dette vises i det vedlagte klippet *Inspirasjon - Barndom* fra filmen "Barndom" av Margreth Olin. Denne filmen ga meg enda mer innsyn i barnas verden. Jeg har tatt utgangspunkt i deres nysgjerrighet og evne til å se muligheter. Ønsket mitt er at det jeg utvikler skal bygge opp om og gi plass til denne frie fantasien og den magiske leken.

Gode opplevelser i barns liv

Barn har alltid vært en stor del av livet mitt. Jeg kommer fra en familie som er spesielt glad i barn. Da jeg var liten var mamma dagmamma. Etterhvert ble vi besøkshjem og fosterhjem, og jeg har vært barnevakt for x antall barn. Lekekassa i barndomshjemmet står fortsatt full av leker på kjøkkenet, klar for små gjester.

Barns kreativitet, enkle måte å forholde seg til livet på, de morsomme observasjonene og kommentarene, og den iboende trangten til å utforske og oppdage alt rundt seg, har alltid fascinert meg. Jeg tror vi har mye å lære av barna, ikke bare lære dem.

Jeg ønsker å designe gode produkter som kan berike barns hverdag.

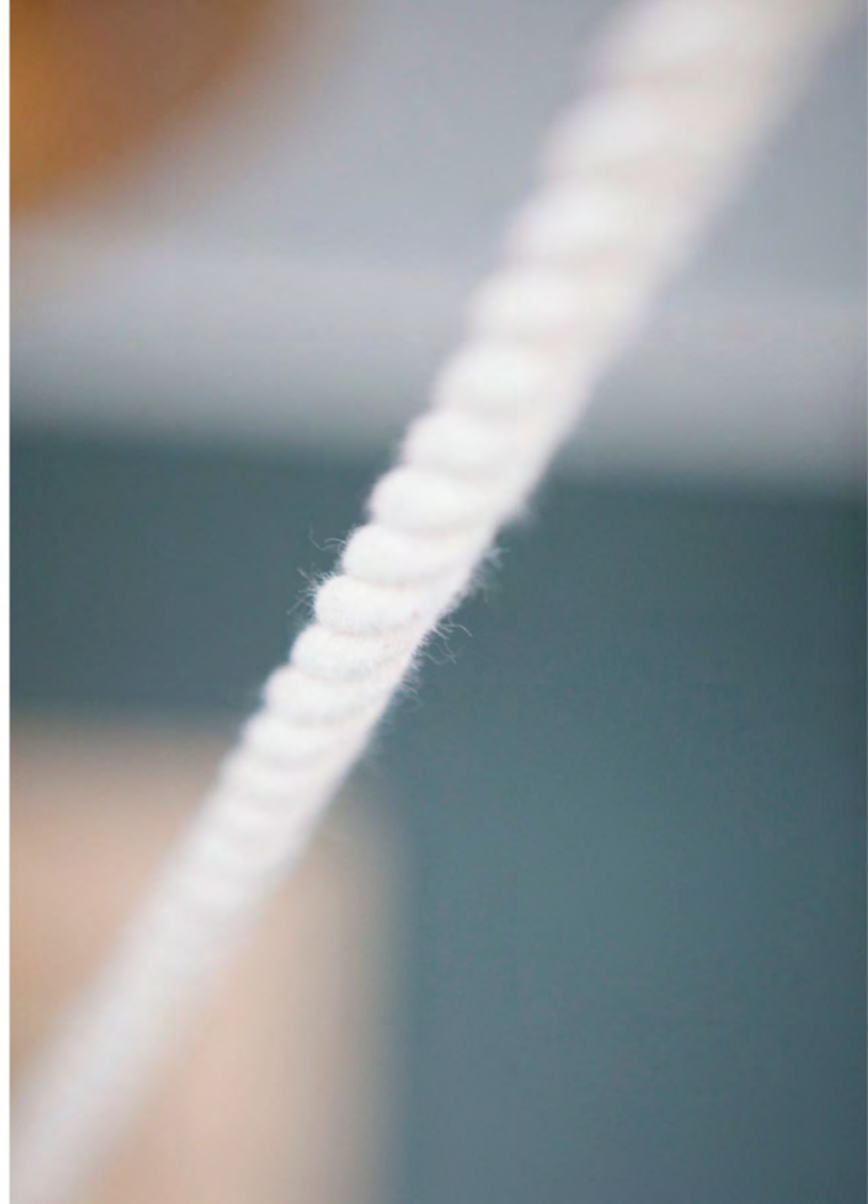
Varige produkter

Det er viktig at vi lærer den neste generasjonen betydningen av å ta vare på kloden vi lever på. Produktene og objektene vi er i kontakt med som barn, kan påvirke hvordan vi forbruker og forvalter det vi eier senere i livet. Dette var også en av grunnene til at jeg ønsket å samarbeide med Blafre ; deres bærekraftige fokus.

"Vi ønsker å lage produkter som varer lenge.

Det er kanskje noe av det viktigste vi gjør som produsenter. Derfor vil du også se at vi faktisk selger reservedeler her i nettbutikken, slik at du ikke trenger å kjøpe hele produktet nytt hvis en liten del blir utslitt eller forsvinner. Mindre bruk og kast! Plastboksene, eksempelvis, skal derfor vare i en hel liten evighet, og hvis de mot formodning skulle bli slitt i stykker, er det viktig at plasten leveres til resirkulering"

(Blafrefamilien, 2017)



Nær dialog og samarbeid

En annen grunn til at jeg kontaktet Blafre var at det vil være nyttig å være i nær dialog og samarbeid med en produksjonsbedrift underveis i designprosessen.

Det er verdifullt å få tilbakemeldinger og innspill ved veivalg fra noen som har erfaring på området og kjenner kundene og markedet.

Produktutviklingen kan da styres i en retning tilpasset Blafres merkevare, marked og produksjon. Dette er det nyttige begrensninger og realistiske rammer man må forholde seg til.

I vårt første møte sa Remi fra Blafre:

“ Det som er så fint hvis vi samarbeider er at du kan få dette “utenfra-blikket” og foreslå retninger og konsepter vi kanskje ikke hadde kommet frem til selv.”

Jeg håper det jeg designer kan være et positivt bidrag inn i deres bedrift.

Designprosess

Hensikten har fra starten vært å ha en eksperimenterende og utforskende prosess. I tillegg til å bruke det jeg allerede har lært, har jeg hatt lyst til å prøve nye designmetoder som jeg ikke har brukt før, som for eksempel design probe og co-creation med barn.



3. Kontekst & scope

I dette kapittelet vil jeg beskrive konteksten produktet havner i. Jeg vil fortelle om bedriften Blafre; deres marked, fokus og fremtidige muligheter. Innsikten jeg har opparbeidet meg her har jeg brukt til å kunne posisjonere og spisse briefen. Dette er blitt oppsummert i målsætninger for prosjektet.

Samarbeidspartner

Bedriften Blafre

BLAFRE er en norsk familiebedrift. Ekteparet Ingrid og Remi har utviklet en blomstrende bedrift, hvor de designer og produserer produkter til barn. Bedriften ble etablert høsten 2005 i gründer Ingrids første svangerskapspermisjon. (Blafrefamilien, 2017) Datteren Nora viste seg å ha et sovehjerte av gull, så ekstra tid i kombinasjon med skapertrang var startskuddet for den lille bedriften. På Ekeberg hageby i Oslo har Blafre sitt kontor. Der har de også en stenningsfull kaffebar, butikk og showroom. (Blafre PR, 2016)

Blafre brenner for norsk design, med glade farger og gjerne naive, karakteristiske figurer. (Blafrefamilien, 2017) De startet med kort, så har det utviklet seg videre til blant annet matbokser, termos, sekker og barneservice. Sortimentet utvides stadig. I dag selges produktene deres i 5-600 butikker over hele Norden og i Europa. (Blafrefamilien, 2017)

Blafre leter hele tiden etter de beste produsentene. De gleder seg spesielt når de finner produsenter her i Norge. (Blafre PR, 2018) Blandt annet blir plastmatboksene deres produsert i nabolaget på Ekeberg, på en norsk familiebedrift med lange tradisjoner. (Blafrefamilien, 2017) Alle kortene produseres også i Norge. I tillegg har de et utvalgt knippe fabrikker i Asia. (Blafre PR, 2018)

Masteroppgave i samarbeid med Blafre- definerte prosjektet sammen

Høsten 2017 tok jeg kontakt med Blafre med spørsmål om de ville samarbeide på denne masteroppgaven. Grunnen til at jeg kontaktet de var at jeg liker historien, fokuset og produktene deres og fordi det vil være nyttig å være i nær dialog med en design/produksjonsbedrift underveis i prosessen. Vi har definert prosjektet sammen ut ifra hvilken retning de ønsket å gå videre i som bedrift og hvilken type prosjekt jeg ønsket.



DNA toolkit- Blafre

For å bli kjent med og få et inntrykk av hvem Blafre er, hadde jeg med et "Hvem er Blafre?- toolkit" på vårt første møte. Dette er en visuell metode for å klargjøre bedriftens identitet. "Toolkitet" bestod blant annet av ulike verdiord, fargeprøver, materialer og former. I møte med Emilie og Remi fra Blafre bad jeg de velge de elementene som representerte Blafre og deres produktsortiment.

Hvordan vi brukte metoden har jeg beskrevet nærmere i kapitlet *Metoder og fremgangsmåter*.

Bildet til høyre viser hvordan Blafre valgte å beskrive seg selv og sine produkter, hva de er nå og hva de ønsker å være i fremtiden.

De ønsker i fremtiden kanskje også å tilby aktiviteter og opplevelser:

"Vi snakker mye om det å tilby aktiviteter og opplevelser for barna, og ikke kun rent kjøpsprodukter. At hovedfokuset nødvendigvis ikke er at man skal tjene penger på det. "Dette kan du gjøre med barna dine." Aktiviteter barna kan gjøre selv, eller foreldrene kan gjøre med dem. At det er mer rundt et produkt enn at det kun er det produktet. Det er også i Blafres ånd."

(Emilie S. Carlsen, 2018)





Blafres Visjon

Å skape gode minner

“Det er fokuset på alt vi gjør, fra produktene vi lager, til måten vi behandler kundene på i kaféen og hva de møter på nettsiden. Dette igjen gjør at vi har et ansvar for at produktene har en varighet, at det er noe man kan bygge gode minner rundt.”

(Remi David Fogervik, 2018)

Eksisterende miljø- og sosiale fokus

Design



Materialer



Produksjon



Transport



I bruk - Gjenbruk - Reparer



Resirkulering



Avfall



Sosialt

Noe av det som kom frem i toolkitet var ansvaret Blafre ønsker å ta og tar for mennesker og miljøet. Dette kommer til uttrykk i deres miljøbevissthet og sosiale fokus.

Her har jeg visualisert prosessen fra idé til ferdig produkt hos Blafre. Jeg fant at de tar/gjør ulike miljø- og sosiale tiltak i de ulike stegene.

- De samarbeider med en norsk VTA-bedrift som pakker varene deres. Der jobber det mennesker som trenger spesiell tilrettelegging i arbeidet.
- De støtter finansielt utdanningsprosjekt for barn

Miljø

- Når de skal sette i gang produksjon av et produkt prøver de alltid å finne en produsent så nær som mulig. Flere av deres produkter produseres i Norge, noen i nærmiljøet på Ekeberg. Finner ikke Blafre produsenter i Norge ser de på muligheter i Europa evt videre f.eks Kina
- De ønsker at produktene deres skal vare lenge, så de selger reservedeler hvis noe går i stykker.
- De vurderer om de skal ha en slags panteordning for matboksene de selger.

Likevel da jeg hadde møte med Blafre kom dette frem:

“En annen ting som er et must i dagens samfunn, er fornybare materialer og miljøfokus. Det ligger i bunn av det vi gjør, men det kommer nok ikke tydelig nok frem. Vi bør være enda sterkere på det. Vi må tenke helhet rundt produktet, produkt fra A-Å”.

(Emilie S. Carlsen, 2018)

I dette prosjektet har mitt fokus vært å bidra i disse stegene av prosessen:

Spesielt området i bruk har jeg vært opptatt av. Hvordan kan man designe slik at folk bruker og har glede av produkter lengre enn det som er vanlig i dagens samfunn?

Mitt ønske har vært å designe et produkt som legger opp til et mest mulig miljøvennlig forbruk, fra kjøp til bruk, eventuell reparering og gjenbruk.

Dette vil gi føringer og krav til det produktet jeg utvikler i forhold til materialvalg, levetid og barns interesse for produktet over tid.



Dagens produktsegment og fremtidige muligheter

Produktene til Blafre er attraktive. De merker økt etterspørsel i møte med forhandlere og kunder. Derfor ønsker Blafre å utvide sortimentet og gå i nye retninger.

De vurderer nye produkter for:

- Baby-segmentet, 0-3 år
- Barne-segmentet, 3-10 år (dagens målgruppe)
- Ungdom- og voksen-segmentet, 10 år +
- Barnemøbler/interiør
- Leker

På neste side vil dere se en visuell oversikt over de ulike produktområdene/segmentene som vi diskuterte på vårt første møtet. Det som er merket med grønn prikk er mulige områder vi snakket om at jeg kunne jobbe med i denne diplomoppgaven.

Blafre vurderer om markedet for møbler og interiør til barnerom kan passe for dem.

“Det er et stort steg hvis vi går inn barnemøbel-verdenen.. Vi ser nå at det ikke finnes noen norske der enda, men det er kanskje bare et tidsspørsmål før det kommer noen andre.Vi vet ikke om dette vil funke for Blafre. Vi må teste litt å se.”

(Remi David Fagervik, 2018)

Blafre har få leker på markedet. De de har ser de at er veldig populære. De har bestemt seg for å begynne å produsere flere leker.

Siden leke-kategorien er noe de definitivt ønsker å gå inn i og barnemøbel/interiør-kategorien er noe de vurderer. Så falt valget på å designe noe for et eller en kombinasjon av disse to områdene. Ved dette produktet kan da Blafre “Kjenne litt på markedet” og se om dette er en riktig retning for dem.



Målgruppe, aktører og interessenter

Brukere og målgruppe

Primærbrukeren for produktet jeg har utviklet er barn fra 3-12 år.

Sekundærbrukeren er foreldre, besteforeldre, søsken og barnas venner.

Målgruppen vil være både primær- og sekundær- brukeren, i tillegg til andre kjøpere.

Stor målgruppe

Dette er en ganske stor/vid målgruppe. Mange av produktene som Blafre har i dag har en slik vid målgruppe. Et eksempel er matboksen deres som brukes både av voksne og barn og til ulike typer bruk.



“Da vi begynte å lage kort, var de veldig barnslige og naivistiske i sin tid, men det slo like godt an hos “Asker-fruer” som hos et spedbarn. Så å utvikle et objekt eller produkt som er så fint at det kan brukes i forskjellig aldre hadde vært ønskelig.”

(Remi David Fagervik, 2018)

Så et mål har vært å designe et produkt som kan brukes av og appellere til barn i ulike aldre.

Blafres eksisterende hovedmålgruppe i dag ligger på 2-6/7 år. De har lyst til å utvide opp mot 10 år, og kanskje enda høyere i alder.

Aldersgruppen har jeg vurdert og justert gjennom hele prosjektet. Økt innsikt om målgruppens behov og ønsker har påvirket valget av aldersgruppe.

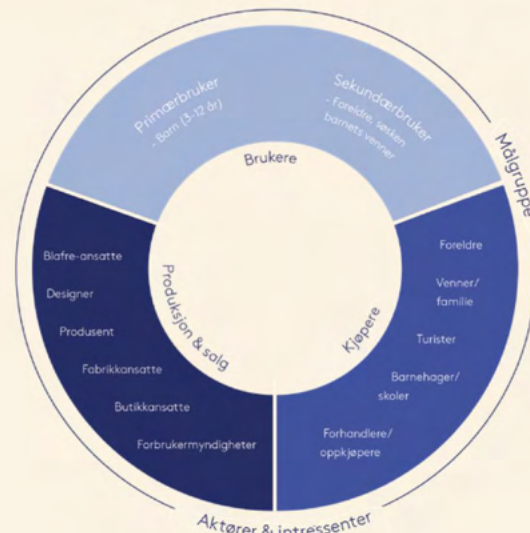
I denne oppgaven snakker jeg om barn som én “gruppe”. Jeg er klar over og bevisst på at barns behov, preferanser og ønsker forandres seg mye gjennom oppveksten, fra de er 3 til de er 12 år. Jeg har undersøkt hva som kjennetegner de ulike alderstrinnene og forsøkt å ta hensyn til det i løsningen.

To hovedmålgrupper- barn og foreldre/voksne.

I dette prosjektet har jeg hatt fokus på å forstå ønsker både fra barn og foreldre.

I en kjøpsituasjon er det sannsynligvis de voksne som bestemmer om de skal kjøpe varen eller ikke, men det er barnet som er primærbrukeren og bør ha nytte og glede av produktet over tid.

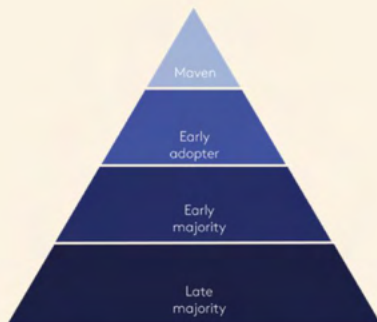
Les mer om foreldres/de voksnes preferanser i kapitlet: Valgt konsept, innsikter og funn.



Type kunder

I diffusjonsmodellen utviklet av Everett Rogers tilhører Blafres kunder kategorien **tidlige brukere**. Det er bevisste kunder som tar raskt opp nye trender og idéer.

De er forbrukere og foreldre som er nøye på barnas trygghet i forhold til produktenes fysiske utforming og kjemikalieinnhold. Når de velger produkter er de også opptatt av at de er miljøvennlige, har høy kvalitet og er kjønnsnøytrale. Kundene ønsker at produktene skal ha gode verdier og gjerne lære barna noe som er viktig for dem på det alderstrinnet de er. (Spredning av nye idéer og produkt - Rogers diffusjonsmodell - lederkilden.no, 2018)



Diffusjonsmodell, utviklet av Everett Rogers

Rammer for prosjektet

Med utgangspunkt i de første møtene med Blafre, tidlig research på leke-feltet og hvilken type diplomprosjekt jeg ønsket å ha satte jeg noen rammer som jeg ville bruke til å styre idéutviklingen og prosjektet etter.

Disse rammene har jeg kalt; Emotionally durable design, Lekeverdi og Det norske. De er en utdypning av og bakgrunn for valg av problemstilling som du finner til sist i dette kapittelet.

Disse rammene kan du også lese mer utfyllende om i kapittelet: *Bakgrunn og undersøkelser*.

Emotionally durable design

Emotionally durable design er en teori som kommer med forslag på måter å designe produkter på slik at de er mest mulig hensiktsmessige i et bærekraft/miljø- perspektiv. Denne rammen handler om hvordan brukeren kan skape et emosjonelt bånd til produktet, så han/hun ønsker å ta vare på og bruke det over lang tid.



Lekeverdi

Lekeverdi handler om det potensiale som ligger i et objekt. Har barnet lyst til å leke/bruke det? Blir barnet glad og engasjert av objektet? Leker barnet med det gjentatte ganger, på varierende måter og over tid? Det er noe av det som definerer om et produkt har høy eller lav grad av lekeverdi.



Det Norske

Blafre er en norsk bedrift. Det norske er tydelig i deres identitet, historiefortelling og produksjon. Dette norske fokuset ønsker jeg å ivareta i mitt prosjekt.



Type prosjekt

I klassifiseringen av type designprosjekt fra "The 4 fields of industrial Design" vil dette prosjektet falle innenfor **commercial design**.

"The primary intent of the designer is to create useful, useable, and desirable products that customers can afford and that generate adequate profit." (The fields of industrial Design, 2018)

Likevel vil jeg si at store deler av fokuset i denne oppgaven ligger på **responsible design**.

Som designere mener jeg vi har et ansvar for hva vi plasserer/designer inn i denne verden.

Gjennomgående spørsmål i oppgaven er:

- Hvordan kan dette produktet være bra for barn og bygge opp under deres kreativitet, nysgjerrighet og mestringfølelse?
- Hvordan kan vi lære barn miljøvennlig bruk av produkter?
- Hvordan designe et produkt som gir gode opplevelser, produkt-tilhørighet og utvikle et ønske i barnet om å bruke og ta vare på produktet over tid?

Resultatmål og effektmål

Resultatmålet, effektmålene og hovedmålet er en oppsummering av det jeg har skrevet om tidligere dette kapittelet. Det er de ønskede resultatene og effektene som skal komme ut av dette prosjektet.

Resultatmål:

- Målet er å ende opp med ett eller flere fysiske produkt.

Effektmål:

- Utvidelse av Blafres leke-/interiør sortiment
- Produkt som viderefører Blafres merkevare og univers
- Bidrag til Blafres tredimensjonale produktfokus
- Forsterket miljøfokus på produkt
- Produkt som kan appellere til og brukes i forskjellige aldre.

Hovedmål

Utvikle et produkt med høy lekeverdi som barn kan utvikle et emosjonelt bånd til slik at de kan skape gode minner og opplevelser og et ønske om å ta vare på produktet over tid.

4. Metoder og fremgangsmåter

Generelt om metodene

I dette kapittelet vil jeg gå igjennom hvilke designmetoder og fremgangsmåter jeg har benyttet meg av.

Prosjektet har hatt en typisk "double diamond" - prosess, hvor jeg har åpnet opp og lukket igjen. Jeg har fulgt den satte tidsplanen, og flere av prosessene har pågått parallelt. Som i de fleste designprosesser, har jeg noen ganger måtte se meg noen trinn tilbake for å kunne fortsette fremover.

Det har vært en utforskende og eksperimenterende prosess hvor jeg for eksempel har brukt fysiske elementer i metodene, se eksempelet DNA-toolkit senere i dette kapittelet. Det har vært en brukerorientert prosess med fokus på barnets interesser.

Under vil du kunne se en oversikt over de viktigste metodene jeg har brukt og aktivitetene jeg har gjort i de ulike fasene av designprosessen.

Min prosess har bestått av fire faser:

1. Research og innsikt /Undersøke
2. Konseptutvikling /Utforske
3. Produktutvikling /Definere
4. Ferdigstilling /Kommunisere

Undersøke

Blafre

- DNA-toolkit
- Tett kontakt med samarbeidspartner

Kontekst

- Marked og trender
- Litteratur og desktp research

Brukerinnsikt: Barn og foreldre

- Samtaler, observasjon og lek med barn
- Intervju med sekundærbrukere: foreldre, besteforeldre og andre voksne
- Design probe
- Workshop
- Brukertestning, gjennom barnets blikk

Utforske

- Skisseprosess
- Mockups og modeller
- Eksperimenterer med materialer og uttrykk
- Testing og iterering

Definere

- Utvikle og velge konseptretning
- Krav/kravspesifikasjon
- Velge funksjoner/behov som løsningen skal dekke
- Fullskala modeller
- Valg av materialer
- Form og uttrykk/inntrykk
- Ferdigstilling og detaljering

Kommunisere

- Produkt- og konseptforslag: UNDRÉ
- 3D tegning
- Modellbygging av prototype
- Brukertestning og tilbakemelding

Gjennom utdanningen har jeg syntes det vært spennende å lære og forstå nye metoder, teorier og måter å gjøre ting på innenfor designfaget. I dette prosjektet har jeg brukt metoder som jeg ikke har brukt før; DNA-toolkit, design probe og co-creation/workshop med barn. Nedenfor vil jeg beskrive disse metodene mer inngående.

Jeg tror det er viktig som designer å ha en "verktøykasse" fylt med ulike metoder og fremgangsmåter. Da kan man tilpasse hva man bruker i forskjellige prosjekter, kontekster og i de ulike fasene i designprosessen.



Mitt første møte med Blafre: Hvem er Blafre?- DNA- Toolkit

For å bli kjent med, og få et raskt inntrykk av hvem Blafre er, hadde jeg med et "Hvem er Blafre?- toolkit" på vårt første møte. Dette toolkitet bestod av verdiord, fargeprøver, materialer, former og et ark til å plassere disse elementene på.

I forrige kapittel kunne dere se et bilde med resultatet fra denne metoden. Dette viste hva Blafre valgte for å beskrive seg selv og sine produkter, hvem de er nå og hvem de ønsker å være i fremtiden.

Når man skal designe for en bedrift er det hensiktsmessig å tidlig opparbeide seg kunnskap om bedriftens identitet og DNA, deres fokus, produktsortiment og fremtidsplaner. Da kan man posisjonere og spisse briefen og sette føringer for produktet man skal utvikle.

Grunnen til at jeg valgte toolkit- metoden er at skrevne ord og visuelle elementer kan vekke assosiasjoner i en samtale. Det er lettere å få igang en verdifull samtale når man har noe konkret å snakke ut fra (Lerdahl, 2007). Gjennstandene i et toolkit kan også være triggerende slik at overraskende elementer kommer frem.

Metoden i bruk

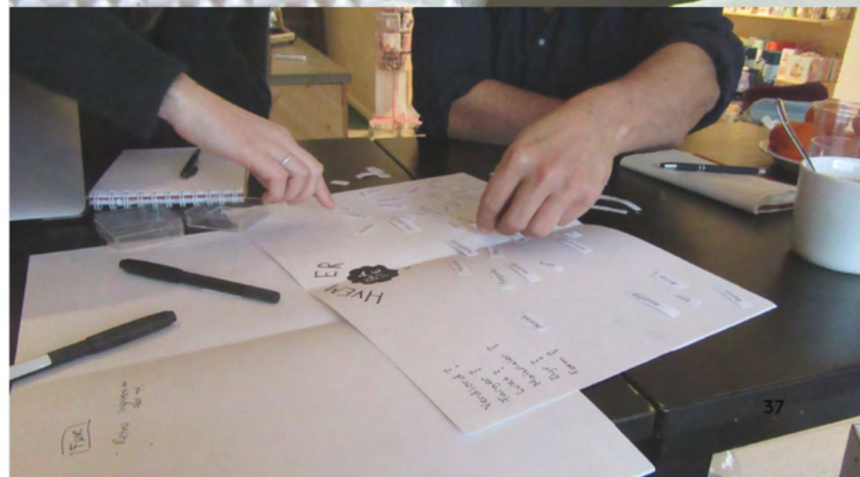
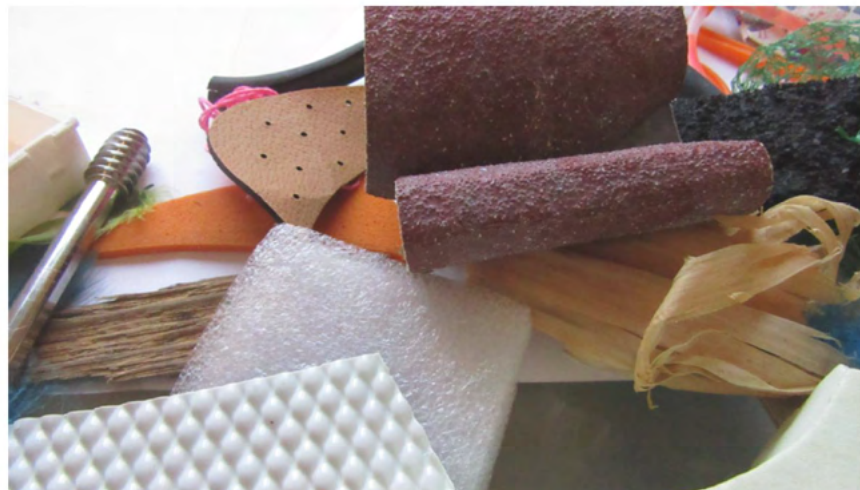
Remi (gründer og produksjef) og Emilie (designer) fra Blafre syntes det var forfriskende og gøy at jeg hadde med dette toolkitet. Toolkitet bidro til å skape en lett og fin stemning og det ble en naturlig del av samtalen.

Jeg valgte bevisst å ha med "ferdig" utfylte elementer som for eksempel skrevne verdiord. Da kunne de raskt velge mellom det som lå på bordet istedenfor å finne på egne ord for å beskrive bedriften. Når de kom på andre ord eller assosiasjoner som ikke lå på bordet, ble det skrevet ned. Det var et stort utvalg av elementer: hva jeg på forhånd trodde representerte dem, noe jeg var usikker på om representerte dem og elementer jeg var ganske sikker på ikke representerte dem. Jeg ønsket å være åpen, og la dem få presentere seg selv.

Vi gikk først gjennom verdiordene, deretter farger, former og materialer. Ord er mer åpne, derfor begynte jeg med disse, og gikk videre mot de mer konkrete elementene etterhvert (Lerdahl, 2007). Siden dette er en masteroppgave i produktdesign var det nyttig å ha med taktile materialprøver. Dette ga en pekepinn og god informasjon om hvilke materialer de bruker mye av, hva de har lyst til å bruke mer av og hva de har mulighet til å produsere i.

Jeg hadde med ulike lukter og en plastelinaklump. Med disse kunne de beskrive hvilken "lukt/lukter som kan representere dem", hvilken "form de er" og "hvilke dyr de assosierer seg med". Dette ble det ikke tid til.

Gjennom prosjektet var det nyttig å ha denne visuelle oversikten over hvem Blafre er, slik at jeg hele tiden kunne påse at det jeg utviklet tok hensyn til og stemte overens med dette.



Samtykke og konfidensialitet

Alt av bilder, lydopptak, film og sitater fra workshop og probe som er tatt med i prosjektet, er godkjent av foreldre og barn for bruk i rapport, utstilling og presentasjon. Alle bilder ellers brukt i denne oppgaven, er godkjent av de som er avbildet eller av deres foreldre.

Jeg fikk godkjenning av rektor på en skole i Oslo til at jeg kunne gjennomføre en undersøkelse for kartlegging til mitt prosjekt. Det skulle foregå i en 6.klasse. I forkant av min workshop godkjente rektor og lærer at jeg sendte ut en informasjonsskriv til elevenes foreldre med spørsmål om deltakelse. Her gjorde jeg det klart at deltakelse var frivillig, med mulighet for reservasjon samt mulighet for å trekke seg underveis. I tillegg spurte jeg barna igjen på dagen da det var workshop. Jeg ikke navnet til barna jeg har snakket med, men skriver heller for eksempel: jente 11 år.

Design-probe

For å få innsikt i målgruppens behov og ønsker sendte jeg ut et design-probe til 13 familier.

Disse familiene består av til sammen 27 barn i alderen 0-14 år og deres foreldre. Denne variasjonen i alder passer bra for alderen i målgruppen i prosjektet. I design-probet sendte jeg med to typer hefter med tilpassede spørsmål og oppgaver; et til barna og et til foreldre. Se vedlegg. **Design-probe**

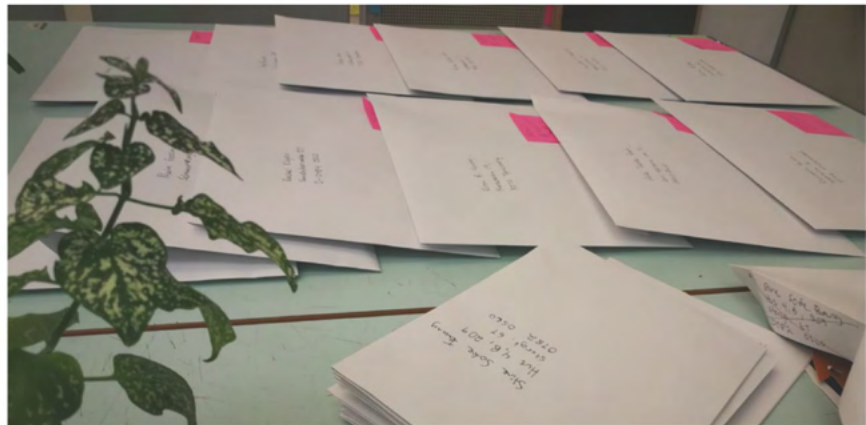
Det jeg skrev i infoskrivet kan muligens virke ledende. Jeg skriver om miljøspespektet og andre tema som jeg tar opp i oppgaven, slik at foreldrene får innblikk i hva som er viktig for meg i denne prosessen. Det kan da hende at foreldrene for eksempel skriver at miljøspespek-

tet er viktig for dem når de kjøper produkter. Men likevel valgte jeg å skrive om dette for det var nyttig å få deres respons på hva de tenkte også rundt disse temaene.

Denne metoden var tidkrevende. Det gikk med mye tid til koordinering av kontakten med deltakerne, planlegging, innkjøp og design av det som skulle følge med probet. Informasjonen jeg fikk var svært nyttig for prosjektet så det var verdifull bruk av tid. Jeg fikk bekreftet og avkreftet hypoteser og tanker jeg hadde om målgruppen.

Jeg vurderte om probet kunne fylles ut digitalt, men ønsket at svarene var håndskrevet og håndtegnet. Derfor ble design-probene sendt på papir i posten. Jeg tenkte også på sende med materialer, så de kunne bygge opp **drømmeteltet** sitt. Dette gikk jeg bort i fra da jeg regnet med at det ble for komplisert og tidkrevende for deltakerne.

Denne spørreundersøkelsen var nyttig for meg videre i prosessen.



Workshop

Jeg har besøkt en 6.klasse på en skole i Oslo hvor jeg hadde en 2 timers workshop med 10 elever på 11 år. 30 minutter av tiden brukte jeg på intervju og tidlig brukertest med 4 av elevene. To elever fikk 15 minutter på å bygge telt sammen, før et nytt par elever gjorde det samme.

Jeg brukte kvalitative metoder som å snakke med, observere og utføre oppgaver sammen med elevene.

Workshopen ble holdt i kunst- og håndverkstimen. Siden design er relevant for faget brukte jeg også anledning til å fortelle litt om hvordan man jobber som designer og hva man må tenke på når man skal designe noe nytt.

Co-creation

Et av målene for workshopen var at det skulle være stor grad av co-creation at barna kunne komme med sine ideer og designforslag. Jeg fortalte barna, som sant er, at de er eksperter i mitt prosjekt. Derfor var jeg veldig interessert i deres synspunkt og reaksjoner på; hva de liker og ikke liker, har behov for og hva de tenker om ulike temaer.

Utdrag fra samtalen med barna kan du se i filmen "*Intervju med 4 barn på 11 år*" som er lagt ved i det digitale vedlegget.

Jeg valgte å ha workshop for barn i øvre del av målgruppen, 11-12 år. Dette fordi Blafre ønsker å utvide sin målgruppe i denne retning.



Bygge et leketelt

Barna fikk i oppgave å sette opp et leketelt i full størrelse. Jeg la flere elementer foran dem på gulvet. De fikk lite instruksjoner og ganske fritt spillerom. Ved hjelp av elementene foran seg skulle de lage et "skjelett", for så å legge teltduken over.

Deretter skulle de legge seg på gulvet, inne i "hulen" de hadde laget.

Elementene til "skjelettet" var basert på tre byggesett-retninger som jeg vurderte på det tidspunktet. Les mer om dette i kapittel : *Prosess og konseptutvikling*.

Gjennom barnets blikk

Barna hadde GoPro kamera på hodet eller brystet. Da kunne jeg i etterkant se opplevelsen fra deres synsvinkel og få et inntrykk av hvordan denne prosessen var for dem:

- Hvordan brukte de elementene?
- Var det noe som var vanskelig?
- Var det noe som var positivt og/eller overraskende?
- Hvilke deler så det ut som om de likte best?

Barn klarer ikke alltid å beskrive hva de føler, mener og tenker. Derfor har det vært viktig for meg å prøve å sette meg inn i barnets situasjon og prøve å forestille meg hvordan de tenker.

Jeg gjorde blant annet forsøket med å sette opp et telt med det samme utstyret som barna fikk til rådighet. For å bedre forstå barnas perspektiv når de lager sine leketelt, gikk jeg ned på knærne, og gjennomførte prosessen

slik den kan være for dem.

Jeg tror ikke det er nok å konkludere kun fra slike metoder. Derfor har jeg sammenlignet det jeg fant her med funn fra de andre metodene som er brukt.

Både i design-probet og workshopen oppfordret jeg deltakerne til å skrive, tegne og si akkurat det som "falt dem inn". Jeg ønsket ikke at de skulle "sensurere" seg selv, men heller at deres faktiske meninger og innskytelser skulle komme frem.

Funn, innsikt og tegninger fra disse metodene vil dere kunne se gjennom hele rapporten. Hva jeg fant ut gjennom disse metodene har påvirket valg i designprosessen i stor grad.





5. Bakgrunn og undersøkelser

I dette kapitlet vil jeg gå gjennom bakgrunn og undersøkelser jeg har gjort på temaer som er relevant for dette prosjektet. Her fremhever jeg aktuelle spørsmålene som jeg har stilt gjennom prosessen relatert til temaene.

Rammer for prosjektet

Som nevnt i kapitlet **Kontekst og scope**, satte jeg tidlig noen rammer for prosjektet. Disse ble valgt med utgangspunkt i det første møte med Blafre, tidlig research på leke-feltet og hvilken type diplomprosjekt jeg ønsket å ha. Disse rammene er en utdykning av hovedmålet som jeg har nevnt tidligere på slutten av kapittel 4.

Utvikle et produkt med høy lekeverdi som barn kan utvikle et emosjonelt bånd til slik at de kan skape gode minner og opplevelser og et ønske om å ta vare på produktet over tid.

De to rammene som det legges størst vekt på er emotionally durable design og lekeverdi.

Emotionally durable design

Den første rammen er: Emotionally durable design

Som en reaksjon og svar på vårt bruk- og kast samfunn er dette en metode, som foreslår måter å designe produkter på slik at vi konsumerer på en mer bærekraftig måte. Det skjer blant annet ved å knytte forbrukeren følelsesmessig til produktet. Gjennom denne tilnærmingen kan man øke verdi, spare ressurser og hindre at materialer blir til avfall.

Jonathan Chapman, professor i "sustainable design" ved Universitetet i Brighton har skrevet boken *Emotionally durable design: Objects, Experiences and Empathy*. Han skriver:

"Despite the efforts of sustainable design, today's consumers continue wastefully on, but now with recycled materials instead of virgin ones." (Chapman, 2015)

Når man skal designe et produkt er det viktig å tenke på hele prosessen, fra idé-produksjon-produkt-gjenbruk-resirkulering- nytt produkt og eventuelt avfall. Det er viktig å tenke på de ulike stegenes miljøpåvirkning.

Chapman skriver at hvis intensjonen til et produkt er å kunne brukes over tid, har det ikke noe for seg om det er aldri så miljøvennlig i materialer og produksjon, hvis det ikke skaper et emosjonelt bånd mellom bruker og objekt. Dersom den går raskt i søpla, er energien og ressursene som er blitt brukt til liten nytte.

Chapman poengterer at vi kun har interesse for objekter når de fortsetter, over tid, å være meningsfulle for oss. En av måtene produktene kan fortsette å være meningsfulle for oss, er at de tilpasser seg våre skiftende behov og ønsker.

"We are consumers off meaning not matter." (Chapman, 2015)

"The concept of experience, where the subject and object meet and merge with one another, is a key issue in designing emotionally meaningful products." (Chapman, 2015)

"It's time for a new generation of products that can age slowly and in a dignified way, to become our partners in life and support our memories." (Chapman, 2015)

Chapman mener vårt forhold til objekter kan sammenlignes med en kjærlighetsrelasjon til et annet menneske. Det kan være kjærlighet ved første blick og spennende følelser når man blir kjent med hverandre. I begynnelsen er man i forelskelsesrusen. Han kaller denne perioden "the honeymoon period". Så begynner andre ting å komme frem. Hverdagen er kanskje ikke så rosenrød og perfekt likevel. Ikke alt fungerer som det skal, noen ganger er dere uenig og krangler. Noen ganger ignorerer, glemmer og skuffer dere hverandre.

Etter en stund er produktet ofte ikke så interessant og spennende som det var fra begynnelsen. Produktet bare der, begynner å skuffe og oppfyller ikke alle dine behov og ønsker lenger. Etterhvert begynner det å bli edelagt, blæssere i fargen og utdatert stilmessig. Produktet plasserer på loft eller i kjeller og støver ned. En dag er det "søppelkjøring" og produktet kastes. Deilig å bli kvitt, ute av syne ute av sinn. Forholdet er over.

For at vi skal ta vare på våre produkter, reparere dem hvis de blir edelagt, og videre fortsette bruken, må vi ha en grunn for å gjøre det.

Kjøpe ny kaffetrakter

Et tenkt scenario:

Jeg er lei av den gamle kaffetrakteren vi har hjemme. Den tar for mye plass på benken, kanna seler når man heller kaffe i koppen og lyset virker ikke. Fargen, stilen og merket er heller ikke så spennende lenger. Kaffetrakteren blir kasta.

Kun tre år tidligere var situasjonen en annen. Jeg skulle ut å kjøpe denne kaffetrakteren. Jeg hadde gledet meg til å få min egen kaffetrakter. På kveldene hadde jeg sett på nettet for å lese anmeldelser, og finne den som passet best til meg og min kaffekopp. Ikke langt ut i jakten fant jeg den. Den var rød og fin, med automatisk stopp-funksjon. Da jeg plasserte den på kjøkkenbenken og i ukene etterpå, var jeg helt overlykkelig. Det var så godt å høre lyden av kaffen som ble traktet og se frem til en deilig varm kaffe en kald november-morgen.



Bildet hentet fra Moccamaster.com

Blafre ønsker å designe produkter som varer lenge. Barn forandrer sine behov og preferanser ganske ofte. Det kan ses på som både en utfordring og en mulighet. Jeg har valgt å se på det som en mulighet i dette prosjektet.

Gjennom denne rammen spør og utforsker jeg:

Hvordan skape en langvarig relasjon mellom produktet og barna som skal bruke det, slik at barnet (og de voksne) har lyst til å ta vare på det og bruke produktet i mange år?

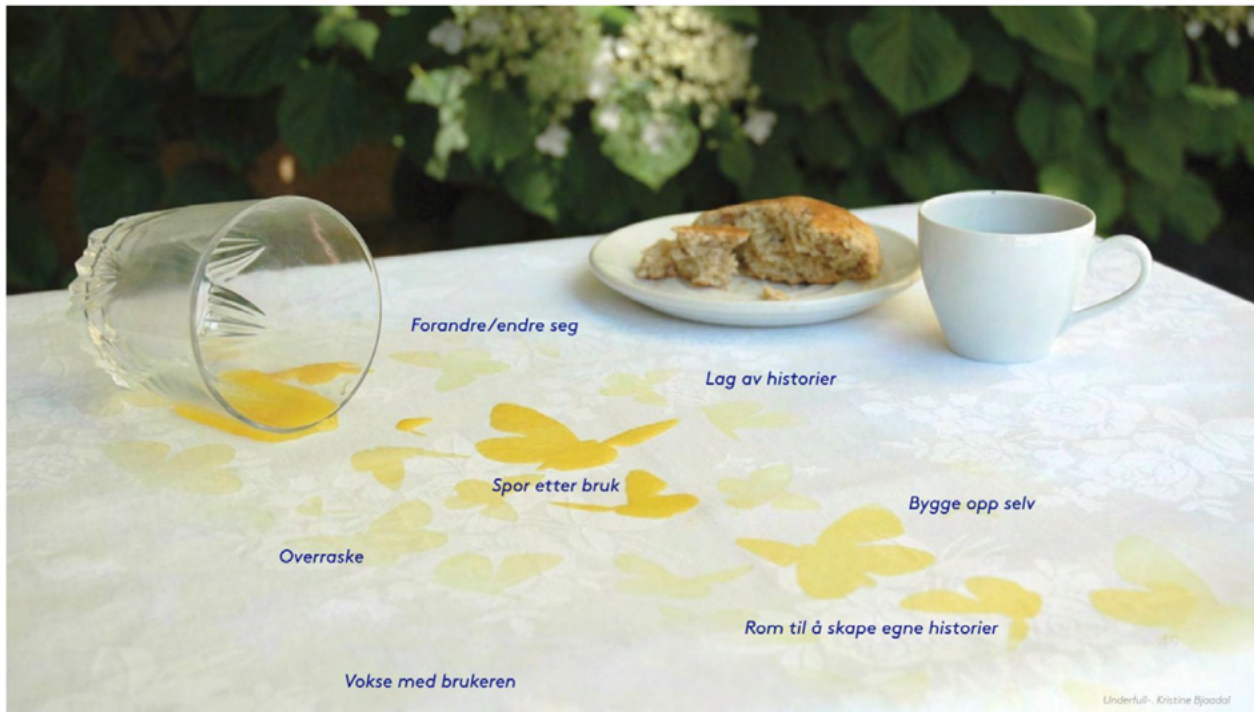
På bilde til høyre kan du se noen ord/spørsmål som jeg har brukt gjennom designprosessen. Kan jeg gjøre noe av dette i mitt design? Disse bygger på metodene fra emotion-ally durable design. Hensikten med disse metodene er å styrke relasjonen mellom bruker og produkt.

Duken som er avbildet: Underfull av Kristine Bjaadal bærer på en liten hemmelighet. Den ser ut som en vanlig damaskduk, men hvis en av selskapets gjester skulle være så uheldig å søle, vil et mønster av sommerfugler komme til syne. Duken snur en negativ situasjon til noe positivt. Den overrasker og setter spor etter bruk.

Ved at brukeren oppdager nye ting ved produktet, også etter "honeymoon" perioden, gjør det slik at brukeren kan fortsette å være nysgjerrig og vie sin oppmerksomhet til produktet, og dermed forlenge levetiden til produktet.

Rommet og mulighetene produktet gir til å endre seg og skape erfaringer og historier kan skape magi og tilknytning mellom bruker og produkt.

Fysisk nærhet mellom bruker og objekt aktiverer erfaringer om produktets sanselige egenskaper, hvordan det kjennes å ta på, lukte på, smakes, høres ut i tillegg til å ses. Bruk av flere sanser samtidig kan forsterke minnene man har i møte med produktet



“We therefore need to design products that consumers will actually want to keep, maintain and use for longer periods of time, sustaining their value to keep users hooked on consuming them. Such objects are designed for empathy and are created in an artful way, engendering powerful emotional attachments, rich evolving narratives, intense user experience and a sustained element of uncertainty and fiction.”

(Chapman, 2015)

Rammene emotionally durable design og lekeverdi hører tematisk tett sammen.

Minner (Blafres Visjon)

Blafre har som mål og visjon i alt de gjør å skape gode minner. Dette temaet er nært relatert til emotionally durable design. De objektene som skaper gode minner er ofte de vi ønsker å ta vare på og kanskje også bruke igjen.

Underveis i prosessen har jeg prøvd å forstå og utforsket hva som skaper gode minner.

Hva får oss til å huske noen objekter eller hendelser over noen andre? Kan man legge noe av dette inn i et produkt?

Hvilke form, farge, tekstur, opplevelse, assosiasjoner, lukt, aktivitet gir gode minner?

Det Norske



Blafre er ledende som norsk produsent av produkter for barn. De bruker det norske i deres historiefortelling og som en del av deres markedsføring. Det norske har en tydelig plass i Blafres identitet. Dette er noe som skiller Blafre fra konkurrentene.

De snakker om inspirasjon hentet fra barns minner på Helgelandskysten med bølgeskulp og vakende fisk, sammen med besteforeldre og om støvete gamle traktorer som har fått nytt liv på ting og tang i Blafres univers.

Norge - en destinasjon

Blafre ønsker å sette Norge på kartet som en designnasjon.

“Vi er stolte over å være en helnorsk merkevare, fortsatt livskraftig etter oppstarten i 2005. Det er ikke så mange som oss. Nå selges våre produkter i hele Norden og i en rekke andre land i Europa. På denne måten er vi stolte ambassadører for norsk design og produktutvikling. Vi ønsker å sette Norge på kartet.” (Blafre PR, 2016)

“Dess flere norske designere som får produktene sine på markedet, dess bedre for Norge. Og da går man i retning av at vi blir en nasjon som produserer ting. En design-nasjon.” (Remi David Fagervik, 2018)

Gjennom denne rammen spør og utforsker jeg:

- Hvordan kan produktet jeg utvikler bygge opp om dette og fortsette å fortelle historien/historier om Norge?
- Hvordan kan det jeg utvikler være med å bidra til å styrke Blafres norske merkevare og deres ambisjonen om å sette Norge på kartet som design-nasjon?



Å være i prosess



Improvisere



Skape



Eksperimentere

Lekeverdi



Leker som har høy lekeverdi engasjerer barn over tid og stimulerer barns utvikling.

Det er leker/objekter som lego, slim, pinner og pappesker.

Med disse objektene er det mer opp til barnets fantasi å finne ut hva det er og hvordan det skal brukes. Derfor blir ikke barna så fort ferdig eller lei av gjenstanden, fordi den hele tiden kan skifte form eller brukes på nye måter.

“Hva kan jeg bruke denne til?”

Det handler om å være i prosess, improvisere, eksperimentere og skape.

Gjennom denne rammen spør og utforsker jeg:

- Hvilke egenskaper har disse objektene som barn liker så godt?
- Kan jeg “hente” ut noen av disse egenskapene?
- Hvordan la det være rom for kreativitet, eksperimentering og utforskning i produktet?
- Kan man legge inn slik lekeverdi i ferdigproduserte leker og interiørprodukter?

Gule oppvaskhansker

Da jeg selv var liten elsket jeg å leke med våre gule oppvaskhansker. Så ofte jeg kunne løp jeg bort til vasken for å hente de frem. Jeg kunne leke med de i lang tid.

Barn liker ofte å leke med materialer og ting som ikke er leker: som gavepapir, bobleplast, greiner og pappesker.

“Barn kan leke i timesvis med disse objektene som ikke har en forhåndsdefinert funksjon. De mister fort interessen for ferdigproduserte leker som er for statiske. Fordi mulighetenes tankegang ikke får næring, eller blir utfordret på noe vis. «Blir du med ut å fly?» Sammen med barna kan man lette fra bakken og fly! Her er alt mulig, ofte fordi det er på liksom, men ikke bare: Når man ser at barn får tak i materialer uten oppskrift, ser de muligheter ganske snart. De er avhengig av materialer å eksperimentere med. (Hanson, 2016)

Dette handler om materialets lekeverdi, det vil si:

- Hvor lenge barna har glede av tingene
- Hvor ofte de tas i bruk
- Hvor variert barna anvender dem.

Jeg har analysert og observert leker som for eksempel lego og slim for å kartlegge hva som kjennetegner leker med høy lekeverdi. Disse funnene og egenskapene har jeg gjennom hele prosessen sett om det er mulig å inkorporere i mitt konsept. Det er ikke målet å anvende alle virkemidlene i ett og samme produkt. Det er viktig at det er egnede virkemidler i den konteksten produktet er ment for.

Designeren kan på en måte være litt som en regissør som setter opp et teaterstykke. Regissøren må gjøre et nøye utvalg av de ulike elementene og rekkefølgen de kommer i, for å skape den stemningen og opplevelsen hun ønsker.

Slim

En trend som er populær blant barn i dag og som har vært det en stund er lek med "slim". Jeg mener slim har høy lekeverdi. Grunnene til populariteten og den høye lekeverdien tror jeg er:

- Først kan de ha sett en DIY youtube film eller bilder på instagram hvor et annet barn, som de ser litt opp til, viser hvordan man kan lage slim.
- Barna kan finne ingrediensene i skapet hjemme og lage slimet selv. De kan eksperimentere med farger, glitter, tekstur og konsistens.
- De kan lage sitt egen personlige slim, som bare de vet oppskriften på.
- De får utforsket sansene og kreativiteten.

- Kanskje de lager det sammen med venner eller søsken, det blir en sosial aktivitet.
- Når slimet er blitt slik de ønsker kan de kjenne på en mestingsfølelse.
- Slimet har ingen forhåndsbestemt funksjon, det kan brukes på mange forskjellige måter og har spennende egenskaper, slik som Nelly 11 år beskriver her:

"Det er deilig å ta på og lager morsomme lyder. Dessuten føler jeg meg avslappet når jeg holder i det. Det er nesten litt som en stressball. Jeg tror aldri kommer til å bli lei av det. Jeg kunne gifta meg med slim!" (Slimete trend..., 2018)

- Noen barn selger og bytter slim. Dette viser at slim er en viktig vare.

Lego

Et annet produkt som har høy lekeverdi og vært populært blant barn og voksne i flere tiår, er Lego.

Legoklossene er bygget opp av enkle geometriske former. En kasse med legoklosser har uendelige muligheter. Barna kan bygge opp fantasiverdener eller ting de har sett rundt seg. De kan leke sammen eller alene. Legoklossene har noen rammer, for eksempel i måten å feste klossene sammen, men kun fantasien setter grenser på hva det kan bli til slutt. Etterhvert kan man kan kjøpe flere tilleggspakker, hvor alt passer i samme system.

Temaene i de neste avsnittene du vil kunne lese handler om lekeverdi, hvorfor det er viktig å la barn kunne leke fritt og betydningen av hva de leker med.

Hva tilbyr vi barn å leke med?

Barn bør ha rik tilgang på materiell som ikke har en forhåndsdefinert funksjon, men som kan bli noe nytt eller omdefineres til det man trenger.

“Godt byggemateriell er en anerkjennelse av barnas kapasitet til å skape ting verden aldri før har sett” (Lerdahl, 2007)

Videre kan de ytre rommene som barn oppholder seg i kan påvirke også hvordan de har det i deres indre rom:

“Rom som ikke åpner for muligheter til å utforske, skape etter eget hode, eller leke fortellinger gjør at mange barn uttrykker et slags indre kaos. Noen blir rastløse, andre destruktive, eller motløse.” (Når barn får bildekk..., 2017)

“Hvis barna har store løse deler til konstruksjonslek kan de bygge opp en scenografi. Tepper, møbler, madrasser, bøtter og kasser kan bli det utroligste. Med selvlagde hytter, kjøretøy og steder får rolleleken materielle og romlige muligheter til å vare lenge.” (Når barn får bildekk..., 2017)

- Hva legger vi fremfor barnet?
- Hva gir vi barna til å skape lek med?
- Hva oppfordrer vi til og godtar vi at de leker med?

Her mener jeg aktører, produsenter, og designere på leke-markedet har et ansvar for hva som tilbys på markedet. Hva tilfører de markedet? Hvilke verdier representerer og innehar de produktene de selger?

Derfor har jeg fokusert på å lage et produkt med høy lekeverdi som har et stort mulighet spekter og rom for tolkning av hva det kan brukes til. Produktet har noen forhåndsdefinerte funksjoner som er gjenkjennelige, men samtidig kan barnet utforske “hva kan jeg bruke denne til”?

Viktigheten av lek

Fri lek som barn initierer selv er viktig for barns læring og utvikling. Det er ikke alltid voksne ser hvor verdifull denne leken er, den kan virke rotete, formålsles og skiftende, men det er noe av det mest fornuftige et barn kan foreta seg.

Gjennom denne leken utvikler barn en ny tankegang. Som Trude Brendeland påpeker i artikkelen *Når barn får bildekk, tepper og rør, kan de leke i timesvis i barnehagen:*

“Hvis barn hadde kjent filosofen Descartes, ville de sagt: «Jeg leker, derfor er jeg». Den er deres foretrukne måte å tenke på, derfor også deres måte å uttrykke seg gjennom, være og lære på.” (Når barn får bildekk..., 2017)



Fremtidens borgere- hva vi lærer barna våre

Howdan forbereder vi barn/barna våre for fremtiden? Hvilke egenskaper, verdier, holdninger og vaner er det viktig at barn opparbeider seg for å være forberedt på fremtiden?

I et forskningsprosjekt som kalles "kids today project" gjort av engelske forskere, festet de kameraer til barns hoder for å se verden gjennom barns øyne.

Et hovedfunn og tema skilte seg ut; deres sterke ønske og driv etter å lære. Richard Neville forteller:

"Children overwhelming desire to learn. A child's brain is the greatest learning machine on the planet. It is a machine that is relentlessly capable, that it is influenced by every single thing by which it is exposed. Children learn from everything, all the time, they can't help it!" (Neville, 2018)

Videre argumenter Neville for at selv om barn har denne fantastiske evnen til å lære, så er det viktig at det legges til rette for læring som er relevant og viktig for barna når de vokser opp.

"But we can't assume that the child will become clever because of the biology. They need the circumstances to allow them to develop the smartness to become a bright hope for the future." (Neville, 2018)

Han sier at vi vet at de neste generasjonene av barn vil møte større utfordringer. Menneskets første reaksjon når et problem blir større, er å falle tilbake på en "default-tilstand" som vi vet funker. Så vår løsning er å undervise mer, kontrollere mer og beskytte

mer. Men her står barn i fare for å miste noe viktig- å lære seg å ta egne valg.

Det handler om å gjøre barn delaktige i det å ta avgjørelser - barn som opplever at avgjørelsene alltid kommer utenfra, mister troen på seg selv og blir et "Victim of fate" (Neville, 2018)

I motsetning til dette påpeker Neville at når det å ta valg blir en naturlig del av alt vi gjør, så blir det lettere å leve det livet vi ønsker og vi får større mestingsfølelse. Og det er akkurat dette barn trenger i vår moderne verden, hvor det er de tilpasningsdyktige og fleksible som klarer seg. Det å gjøre barn delaktige i det å ta avgjørelser er å forberede dem på livet som voksne.

Dette skriver Kim Ydse Krogstad i Dagsavisen:

"Norges evne til nyskaping starter i barnehagen. Vi ser at den viktigste egenskapen fremover er evnen til kreativ og kompleks problemløsning. Denne evnen er grunnkomponenten i all nyskaping: Innovasjon skjer når eksisterende og nye ideer settes sammen på kreative, verdiløkende måter. Andre viktige egenskaper er åpenhet og empati." (Norges evne til nyskaping..., 2018)

Når man designer produkter som skal brukes av barn så er det en mulighet til å påvirke disse ferdighetene hos barnet. Derfor har jeg spurt i prosjektet: hvordan kan produktet jeg utvikler stimulere barna til å ta valg, være kreative og løse problemer?

Jeg tror godt designede produkter kan hjelpe til med å utvikle en fleksibel og problemløsende hjerne som fremtidige generasjoner trenger for å løse utfordringer som de møter i fremtiden.

Fremtidens forbrukere- bærekraftig konsumering

"As children we absorb the values that are communicated at home and in school, as grown-ups we make choices based on what we have learned." (Topic: Identity - OSLO DESIGN FAIR, 2018)

Howdan vi forbruker har mye av skylda for miljøutfordringene vi har i samfunnet i dag. Derfor er det nå mye fokus på å endre vaner, resirkulere, kjøpe brukt, redusere nye innkjøp og lignende for å beskytte miljøet og motvirke den negative trenden. Det er vanskelig å endre vaner og oppførsel. Mye av dette kjøpemønsteret har vi kanskje vokst opp med og hatt i mange år.

Det er viktig at vi voksne forandrer vårt forbruk og fortsetter å gjøre ulike miljøtiltak på mange områder. Hvis vi lærer den nye generasjonen å konsumere på en fornuftig måte helt fra begynnelsen av, kan det bli en selvfølge for dem når de vokser opp og en stor gevinst for miljøet.

Et eksempel her er at barn i dag er flinke søppelsortere, de lærer det i barnehage og hjemme. Dette har hatt stor fokus på barne- tv og i barnehager.

Gjennom produktet jeg har utviklet i dette prosjektet, UNDRÉ, ønsker jeg å oppfordre til et miljøvennlig forbruk. Dette skjer ved at barn skal kunne vokse med produktet, at det er multifunksjonelt, har miljøvennlige materialer og ikke minst muligheten til å skape et bånd og gode opplevelser mellom barnet og produktet.

Kanskje barn blir så vant til slike produkter etterhvert at de krever og forventer miljøvennlige og multifunksjonelle produkter?

Dette setter igjen krav og forventning til produsentene og markedet.

6. Valgt konsept, innsikt og funn

I dette kapitlet vil jeg gå gjennom valgt konsept og produkt- retning og argumenter for dette valget. Videre vil jeg gå gjennom innsikter og funn relatert til det valgte konseptet. Jeg vil også belyse trender og tendenser som både ledet til og hjalp til å definere prosjektet. Du kan lese mer om detaljert designprosess og konseptutvikling i kapittel 8 Prosess og konseptutvikling.

Funn og innsikter er markert med fargen.... eller i en boks/utheva, for å gjøre det tydelig for deg som leser dette.

Valgt konsept - multifunksjonelt leketelt

Har du noen gang laget telt/hule hjemme i din egen stue? Kanskje du brukte stoler, bord og tepper?

Kanskje la du baker oppå teppene for å holde de på plass og festet teppet med klyper på armlener og hyller?

Det er mange barn som bygger slike huler. De bruker det de finner rundt seg og lager et palass, en borg eller et dyrehi hvor de mest spennende tingene kan skje.

Dette var utgangspunktet og inspirasjonen for valgt konsept. I tillegg så jeg de "uendelige" mulighetene et tekstil har til å fylle ulike behov og funksjoner. I møte med Blafre valgte vi derfor i konseptet multifunksjonelt leketelt. Dette leketeltet endrer funksjon ut fra hva barnet leker med eller trenger der og da.

Videre kan du lese argumenter og innsikter som førte til det valgte konseptet.



Hvorfor leketelt?

“Det er kjedelig med de teltene som bare står rett opp og ned. Barnet mister litt av prosessen ved å ikke sette det opp selv. Når vi var barn så festet vi tepper til stoler og bord og lagde en liten verden under der. Det var frie tøyler og kreativitet ! “

-Småbarnsmor.

“Vi har snakka om telt i mange år. Blafre-telt hadde vært en veldig Blafre-måte å gjøre det på. Da kan vi spille på oppdagelse og indoor camping. Også er det i tråd med den nye lykta vi har utviklet. Gøy! “

-Remi, gründer & produsent Blafre.

“De teltene som finnes på markedet i dag bare kolliderer når man går inn i de. Vi ville at de voksne også kunne komme inn i teltet. I tillegg har de for eksempel masse grønne frosker på, vi vil ikke ha det i stua. Vi fant ikke det vi ville ha her i Norge, så vi måtte bestille fra USA. “

-Dame jeg møtte på Barnas Fretex.

“Jeg sydde et sånt tipi-aktig telt til niese mine, men det blir nesten aldri brukt, men jeg tror kanskje det er fordi det er litt for statisk. Det er det det er, det er litt kjedelig. Du vil heller lage det av puter eller på andre måter. “

-Emilie, designeren hos Blafre



Remi, gründer & produsent Blafre



Charlotte, Småbarnsmor



Emilia, Designer Blafre



Småbarnsmor

Ut fra disse og flere andre samtaler med barn og foreldre så jeg et behov i markedet for et leketelt som svarer bedre på behovene som kundene har.

Hvorfor multifunksjonelt?

Et tekstil er som et hvitt lerret; det har mye potensiale. I denne fasen av prosjektet prøvde jeg å bruke litt av den samme forestillingsevnen og fantasien som barn har.

For hva kan et tekstil brukes til?

En kappe? Et sengeteppe? Et sceneteppe? Et lerret? En hengekøye?

Kan samme produkt ha flere funksjoner? Kanskje det kan brukes både inne og ute?

Vokse med barnet

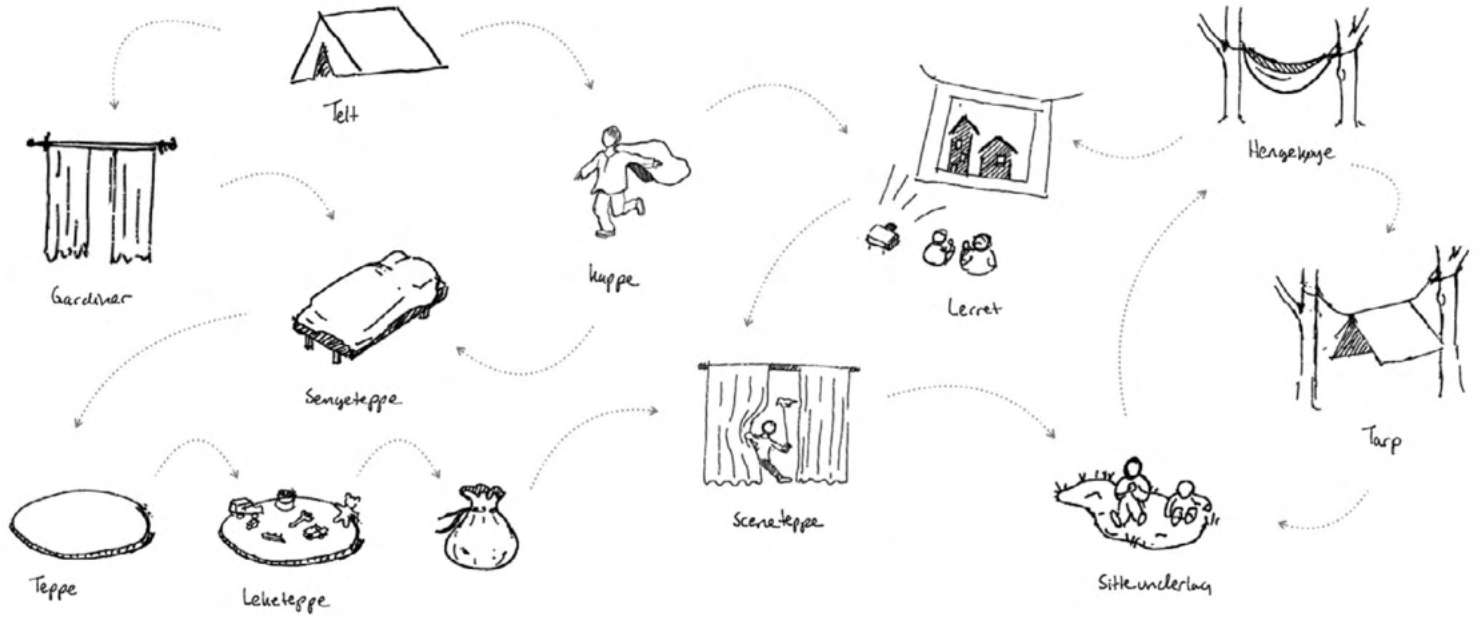
Produktet kan vokse med barnet og barnets behov. Det kan forandres til andre funksjoner når barnet har bruk for det. En treåring liker å sitte og leke på et leketeppe, mens en ti-åring ønsker seg et leketelt eller en venn har lyst til å leke med en kappe. Kanskje et eldre søsken synes det er kulere med en en hengekøye.

Som nevnt i forrige kapittel om emotionally durable design så har vi kun interesse for objekter hvis de fortsetter å være meningsfulle for oss over tid. En metode for å oppnå dette, er at produktet tilpasser seg våre skiftende behov og ønsker. Dette er hovedgrunnen til at produktet er multifunksjonelt og tilpasset slik at barn kan vokse med det. Det at produktet kan skifte form og funksjon støtter også opp om graden av lekeverdi.



INNE

UTE



Valgte funksjoner

Det er fem typer funksjoner som ble valgt til slutt som det multifunksjonelle produktet skal kunne inneha:

- **Leketelt**
Være tak og vegger
- **Sengeteppe**
Holde orden og beskytte
- **Gardin**
Skjerme
- **Sengehimmel**
Lage intimt rom
- **Sceneteppe**
Hjelpemiddel for underholdning


Flere av disse funksjonene dekker noen av de samme behovene.

Noen egenskaper som produktet har til felles i alle situasjonene er å skape trygghet, lyse opp i mørket, engasjere og være dekorativt.

Valg av type funksjoner har jeg hatt åpent og vurdert gjennom hele prosessen og hørt på feedback fra barn, foreldre og Blafre.

Hovedfunksjonen som har fått mest prioritet og som jeg tar utgangspunkt i er tak og vegger i et leketelt.

Jeg fokuserer ikke i denne rapporten å skrive så mye om de andre funksjonene og behovene i disse kontekstene, men kravene er blitt tatt hensyn til og innlemmet i løsningen.



Valgt opplevelse - inn i en magisk verden


For å styrke båndet mellom barnet og produktet, ønsker jeg at produktet kan skape magi i barnets hverdag. Hvordan kan man få til denne magiske opplevelsen?

Her så jeg muligheter til å bruke metoder fra emotionally durable design og lekeverdi; over raske, lage historier, skape en spesiell opplevelse og oppdage nye ting ved produktet over tid.

Kunne man for eksempel:

- Se opp på nattehimmelen med lysende nordlys?
- Eller dra på tur inn i de dype skoger og se lysende insekter?
- Eller oppdage lysende kreasjoner i havet?

Slik at når barna kommer inn i teltet, er det som om de går inn i en annen verden.



I naturen finnes det mange ulike arter som har en form for bioluminescens, til og med i Norge har vi selvlýsende hai, søpper og mariner. Disse organismene lyser av ulike grunner, for å signalisere fære, for å kommunisere med hverandre eller å lokke til seg byttedyr.

Å observere disse skapningene er ganske fasinende!

Det er mange figurer avbildet på dagens sortiment hos Blafre. En naturlig utvidelse av dette kan være en verden rundt disse figurene. Barna kan gå på oppdagelsesferd sammen med Blafre-dyrene inn i disse verdenene.

Derfor ble den valgte magiske opplevelsen, selvlýsende verdener, avbildet på duken.

Trender og tendenser som har påvirket løsningen

Trendene og tendensene som er nevnt nedenfor er basert på litteratur og observasjoner.

Compact living

“Householders adapt to rising house prices by moving into smaller, more flexible spaces.” (Cramped Living, 2017)

Tendensen i Oslo og de andre større byene i Norge, er at leilighetene som bygges blir mindre i areal og andelen etromsleiligheter øker. Dermed kommer vi til å måtte bo trangere og gjenbruke det samme arealet til flere deler av hverdagen. For å møte dette må vi designe tilpassede løsninger.

“The preference towards open-plan living spaces has become mainstream despite there being less room to hide things away” (Cramped Living, 2017)

Når det blir færre rom løses også de tradisjonelle romtypene opp. Man er ikke så bundet til de tradisjonelle funksjonene som de ulike rommene har hatt tidligere. Dette gir grunn til å ønske multifunksjonalitet både fra rommene og produktene. Kanskje man har kontor på kjøkkenet? Kanskje man har oppbevaring under trappa i gangen? Kanskje barna har lekerom i stua?

“Children and adults alike are spending increasing amounts of time indoors, meaning families spend more time together” (Cramped Living, 2017)

“Consider how household items can blend into decoration. Items like laundry baskets and ironing boards that are on show, as decoration.” (Cramped Living, 2017)

Når man bor flere sammen i åpne løsninger, samtidig som man i større og større grad bruker mer av tiden innendørs, er det viktig at designet gir en god opplevelse for alle som benytter rommet. Dersom produktet skal brukes i oppholdsrom som hele familien bruker, hvordan møte preferanser og behov både fra barn og foreldre? Denne utfordringen har påvirket min løsning. Dette kan du lese mer om i dette kapitlet under *Ulike preferanser, barn og foreldre*.

Bruke det allerede eksisterende

En trend som har vart en stund er å gjenbruke det man allerede har hjemme. Det har også vært populært å handle “skatter” i bruktbukker, på nett via gjenbruksapplikasjoner eller på loppemarked. For å ta hensyn til miljøet og møte utfordringer med mindre boligareal, har et av spørsmålene i prosjektet har vært:

Hvordan kan jeg i løsningen legge til rette for at målgruppen kan bruke mitt design i kombinasjon med noe de allerede har i sitt hjemmemiljø, inne eller ute?

Dette kan være en stol, en vinduskarm eller en gren.

DIY /Byggesett

Som tidligere nevnt i forhold til lekeverdi, foregår det om dagen en stor trend blant barn å lage ting selv, do it yourself (DIY).

Kan andre gjenstander, som et leketelt, motivere til kreativitet og fantasi og utvide DIY-leken?

“Godt byggemateriell er en anerkjennelse av barns kapasitet til å skape ting verden aldri før har sett.” (Mylesand, 2008)

“Leken varer lenger fordi materialet først utfordrer til å bygge en verden, deretter til å skape uendelige fantasifortellinger.” (Lerdahl, 2007)

Kan produktet bestå av et byggesett som barnet kan sette sammen selv eller i samarbeid med andre?

Gjennom en slik prosess kan barnet oppleve mestringsfølelse og stolthet over det de har klart, som senere kan lede til eierskap og tilknytning til produktet.

Ta inne ut/ og ute inn

Ved å hente elementer og opplevelser man ofte har i naturen inn i boligen kan man skape en helt egen stemning og ny lek. Barna kan dra på teltur i egen stue. Kanskje de kan ha med liggeunderlag, sovepose og kvikk lunsj?

Det samme gjelder andre vei: kan man tenke seg at man kan ta teltet med ut i naturen, og benytte trær og skog til å skape inne-stemming ute?

Stimuli/inntrykk - egne soner

“A survey conducted by Center Parcs (SWNS) revealed that children are on average ‘working’ 46 hours a week compared to their parents’ 37.5 hours. Downtime is integral to child development allowing children to explore ‘boredom’ and act on their natural curiosities in an unadulterated and goalless way.” (Generation You-tube, 2017)

I løpet av dagen opplever og lærer barn masse, på skolen og digitalt på nett. Derfor trenger de steder og soner hvor de kan slappe av, være alene og koble helt ut.

Compact living



Bruke det allerede eksisterende



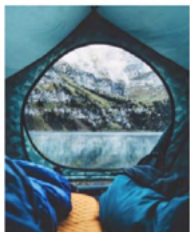
Byggesett/ konstruksjon



Multifunksjoner/ vokse med barnet



Ta natur inn/ Ut i naturen



Stimuli / Inntrykk



Inn i en annen verden



Magisk



Brukerinnsikt- barn

Gjennom design probe, workshopen med barn og litteratur har jeg opparbeidet meg viktige innsikt om målgruppen relatert til temaene i denne oppgaven. Funnene under er hentet spesielt fra disse kildene.

Her oppfordrer jeg dere til å se på den vedlagte filmen "Intervju med 4 barn på 11 år". Dette er en film fra intervju/samtale med 4 barn på 11 år.

I tillegg, hvis du vil ha mer innsyn og detaljerte beskrivelser av hva barn og foreldre har svart, kan man se igjennom svarene fra design probene i vedlegget.

Generelle funn relatert til temaene i prosjektet

Tidlig observasjoner i prosjektet:

Hvordan barn leker

- Barn kan bruke lekene til andre ting enn det var ment å være til
- Ting som forandrer form og leker uten grenser er morsomt å leke med
- Barn liker å leke rolleleker, for eksempel at de er voksne
- Bytter ofte hvilke roller de er og leker de leker med
- De liker å lage ting selv, DIY
- Gutter og jenter kan leke med samme leken, men ofte leker de med den på litt forskjellige måter
- Barn er ofte mer opptatt av hva de leker og ikke selve leken/tingen de leker med. Objektet er et redskap for å oppnå målet

- Jeg spurte jente 5 år, hva liker du å leke med?

"Jeg liker å danse jeg" Jente 5 år

- De liker å gå igjennom ting, som en tunnel
- Ritualer er viktig

Favorittleker og gode barndomsminner

- På spørsmål om gode barndomsminner beskrev mange av barna opplevelser og aktiviteter de har gjort sammen med andre
- De beste barndomsminnene var ofte relatert til favoritt tingene/lekene. Selv om jeg spurte om disse temaene hver for seg
- Objekter de hadde fått tidlig i livet var viktig for dem, barna hentet frem historier og minner da de tenkte på disse objektene og de snakket om at de ville ta vare på tingene i lang tid.

"Jeg tror jeg vil ta vare på den lenge, til jeg blir gammel. Kanskje helt til jeg blir 30/40 år". Gutt 11 år

- Flere av barna nevnte bamsen som en favoritt-ting. Bamsen var relatert til et godt barndomsminne, de husket hvem de fikk den av og hvordan den så ut. Jeg tror en av grunnene til dette gode forholdet er den nære fysiske kontakten mellom barnet og objektet, og det at bamsen har antropomorfe trekk gjør at den kan bli som en nær venn.

"Hvis jeg er lei meg har jeg noen å snakke med." Jente 10 år om bamsen sin.

- At noe er sjeldent kan gi glede over at du er en av de få heldige som eier den.
- Det var historiefortelling (fra produsentens side) knyttet til noen av favoritt-tingene.

Bånd mellom bruker og produkt, ta vare på ting og miljøfokus

- Ting som er rart og ukjent kan skape interesse og dermed bånd
- Ønsket om å ta vare på ting kan være relatert til om objektet er lenket til noe som er spesielt viktig for deg og din kultur, som en tradisjon, religion eller et rituale.
- Hvis man har gjort en betydelig innsats for å anskaffe seg produktet eller sette det opp, kan det skape bånd, ansvarfølelse og lyst til å ta vare på produktet.
- Gutt om alter han var med å kjøpe:

"Jeg ser på det hver dag. Jeg gjør lekser i det rommet, jeg ser om det er stabilt og sånt." Gutt 11 år

- Flere av barna, spesielt de eldre var overraskende opplyste og engasjerte i miljøproblematikken.
- Ønske om å ta vare på ting kan også være relatert til etikk, for eksempel viktigheten av å unngå at noe kan

gå utover andre mennesker og dyr.

"Klærne mine som jeg kjøper, jeg vil jo at andre kan bruke de etterpå i stedet for at de blir kastet. Og det er jo mange land som trenger klær og da kunne jeg hjulpet de barna. I stedet for å kaste alle klærne med en gang de ikke passer" "Også kan jo folk prøve å gå og sykle i stedet for å ta buss eller bil et kvarter" Jente 11 år.

"Det er viktig å ta vare på klimaet, fordi hvis vi fortsetter å forurenser, så får dyrene det ikke bra og vann smelter og det blir mye mye mer og da kan mange land bli oversvømt og da dør jo mange." "Også ødelegger jo de voksne den jorda som vi skal ha og barnebarna våre og sånn, så da kan ikke vi leve et ordentlig bra liv her "
Jente 11 år.

Opplevelse og magi

- Barn liker å leke med og er fascinert av lys.
- Barn lever seg fort inn i ulike fantasiverdener
- Det er spennende å gjemme seg
- De liker å ha egne små hemmeligheter som bare de vet om.
- Det er viktig at produkter ikke er for vanskelige for barna som skal bruke de, så de ikke opplever nederlagsfølelse hvis de ikke klarer det.
- De liker å titte ut og inn av åpninger

På spørsmål om de hadde tips til meg når jeg skulle designe leketelt, så sa en av jentene:

“Et materiale som ikke er så vanskelig å bygge, siden hvis barnet prøver og klarer det ikke, så blir det sånn irritert og bare: Åh, jeg hater denne her. Så kanskje det kan være litt lett å bygge” - Jente 11 år

Viktige innsikt og funn om leketelt og estetikk/uttrykk er beskrevet i kapittelet prosess og konseptutvikling. Det ble naturlig å beskrive funnene der siden de påvirket valg i prosessen i stor grad.

Brukerinnsikt - foreldre

Produkter på markedet

Dette er en oppsummering av egenskaper/krav foreldrene ser etter eller ting de irriterer seg over ved produkter på markedet.

Hva ser du etter når du kjøper produkter til barna dine?

- Gjenbrukbare produkter
- Ikke ødelagt av vask
- Solide
- Uten skadelige stoffer
- Tydelige farger
- Legge til rette for allsidig lek og utforskning
- Gjerne kjønnsnøytralt

Er det noe som irriterer deg over ved produkter på markedet?

- Mote og pynteting
- Kjønnsdelte eller produkter rettet veldig mot gutt eller jente
- Skadelige stoffer
- Lite miljøvennlig
- Veldig kommersielle
- Dårlig byggekvalitet
- Leker som begrenser (Bilbane, kortvarig glede)

Ulike preferanser, barn og Foreldre: Less is more, more is more

Jeg fant at det kan være en uoverensstemmelse mellom foreldres og barns ønsker. Foreldre foretrekker ofte et enklere uttrykk mens barn, ihvertfall de litt yngre, gjerne vil ha det som stikker seg mest ut.

Mens foreldrene foretrekker naturmaterialer som ull og hamp, med duse, kjønnsneutrale farger og fornuftige verdier, vil barna gjerne ha billig plast i signalfarger - gjerne med en eller annen kommersiell og kjønnsstereotyp figur avbildet utenpå.

Et funn jeg har gjort er at barn er veldig opptatt av farger:

"Barn kan også like forskjellige farger, i stedet for bare hvitt og svart." "Kanskje regnbuefarger?" "Jeg er veldig hekta på den sol-fargen, den lyse lyse fargen. Sånn veldig sterk gul. (...) Når man ser på det kan man se at det er veldig fint. Det er ikke en sånn gul-farge, det er lysere." Jente 11 år

For at det skal være et emotionall durable design, så tror jeg både barn og foreldre bør like det. Foreldrene må synes det er greit å ha produktet fremme i stua eller i et annet rom i huset. De må velge å ikke kvitte seg med det etter en kort tid. Gjerne la det gå i arv til neste generasjon.

På markedet i dag finnes det mange ulike typer leketelt, se neste avsnitt. Den typen som ofte er mest tiltalende for foreldrene er nøytralt tipitelt av den typen som er avbildet.

Ut i fra min innsikt og research så oppfyller ikke tipi-telt av denne typen krav for emotionall durable design eller lekeverdi. Det settes fort opp, er statisk og blir fort kjedelig. Det er lite muligheter til å bruke det på varierende måter. Det er få spennende detaljer, farger og annet stimuli. Barn blir fort lei.

På den andre siden oppfyller kanskje ikke heller det "billige" barne-uttrykket det man kan kalle emotionall durable design, og mangler kanskje også høy lekeverdi. En jente som liker Barbie og prinsesser når hun er 5-8 år, kan med en gang hun blir 9 synes det er utrolig barnslig og nekte å bruke det videre. Da skal det ut.

Utfordringen er å designe et produkt som kan møte både barn og foreldres preferanser.

Hvordan designe et holdbart uttrykk som begge gruppene kan synes er interessant i mange år, uten at det blir kjedelig?



Eksisterende telt på markedet og deres grad av lekeverdi

Her har jeg satt opp noen leketelt som finnes på markedet i dag ut ifra høy og lav lekeverdi og pris. Det er ikke nødvendigvis sånn at de som har høy pris har høy lekeverdi.

Mange av teltene har et litt "vulgært og billig" uttrykk. Det kan nesten virke som om målet er å "kaste" flest farger, former, materialer og effekter på produktet. Alt som kan stimulere og engasjere barn. Ofte er det avbildet superhelter og figurer/roller de har sett på tv, som Spiderman, Batman, Barbie eller prinsesser. Mange barn liker dette, de blir fascinert av disse produktene.



Jeg tror de kan like og ha glede av disse en stund, men jeg tror også at de fort blir lei. Disse type produktene er kanskje ikke så "emotional durable"? Men når den figuren om to år er barnslig eller umoderne så er det kanskje ikke så kult å ha det produktet lengre?

Nostalgi og emotionall durable design

Siden Blafre har dette nostalgiske preget på mange av sine produkter ville jeg undersøke hva som gjør at noe virker nostalgisk. Jeg dro på besøk til bestemor og spurte henne om hun kunne vise meg hennes gamle leker og objekter som betyr mye for henne.

Hun fortalte:

"Denne skjea fikk jeg til dåpen min, den har jeg brukt hver dag hele livet. Den fikk jeg av.."

- Objektet vekker minner og "forteller" en historie.
- Et objekt du har fått ved en spesiell anledning eller av en spesiell person skaper glede og gode følelser ved å bli brukt gjentatte ganger.

Pappa fortalte:

"Denne brannbilen fikk jeg av bestefar, det var veldig stas. Han var brannmann i Oslo... Det var favoritt leken min"

- Hvis et objekt representerer en historie fra virkeligheten kan det skape bånd mellom bruker og produkt.

Dette handler om tilknytning til produkter og vi ser her emotional durable design i praksis.

Hva gjør at en leke ser nostalgisk ut?

Disse produktene:

- Er formet som små versjoner av produkter fra sin tid, eksempel strykejern, hestekjerre, bil osv.
- De er produsert i andre materialer og på andre metoder. Tre, metall og tekstil.
- Tidens tann og slitasje. Noen av fargene er blassere enn fargene på dagens leker og materialene sprø, har sprekker osv.
- Noen ser mer "hjemmelaget" ut.

Hvordan kan jeg ta hensyn til disse funnene i løsningen?



7. Prosess & konseptuvtvikling

Oversikt/tidslinje over prosessen

I dette kapittelet vil dere kunne se en oversikt over designprosessen fra idé til konsept/produkt-forslag. Jeg har fremhevet de viktigste skissene, funnene og valgene på de ulike stegene i prosessen. Jeg har valgt å dele inn kapittelet i to hoveddeler; det tekniske/funksjonelle og det emosjonelle/opplevelsesbaserte. Dette for å gjøre det mer oversiktlig for deg som leser. Disse temaene har jeg jobbet med parallelt, og ikke kronologisk som det kan se ut som her. Gjennom kapittelet vil du også kunne lese om endelig resultat for de ulike elementene/delene av produktet.

Type merkevarer

Undre som merkevarer tipper/har sitt gravitasjonspunkt mellom funksjonell og opplevelse basert merke.

Det som er spesielt for opplevelsesbaserte merkevarer er at de bør overraske og fornye seg, funksjonelle merkevarer må innfri med god funksjon for brukeren.

Det tekniske og funksjonelle

Tidlig skisseprosess

3 konseptretninger

Dette er noen av mine tidlige idéer som jeg diskuterte med Blafre.

a.) Jeg vurderte å lage en serie med båter fra ulike distrikter i Norge. Da kunne foreldre og besteforeldre fortelle historier til sine barn/ barnebarn om da de vokste opp og brukte disse båtene.

Da jeg presenterte dette, fikk vite at Blafre allerede holdt på med å utvikle noe lignende. Så da hadde jeg en ide som passet med Blafres profil, men gikk naturligvis ikke videre med dette konseptet.

b.) Den andre ideen handler om dette med lekeverdi. Jeg kunne designe et delprodukt og barna kunne finne pinner ute i skogen for å lage for eksempel en lekehest. Da ville det blitt en aktivitet og de kunne få eierskap til produktet

c.) Den tredje og siste ideen, som jeg i samarbeid med Blafre valgte, er et leketelt som kan forandre funksjon ut fra hva barnet leker med.

Blafre hadde tenkt på telt i mange år. Det ville passe godt inn sammen med den nye lommelykta de akkurat har lansert. Teltet var et produkt av den typen som passer godt inn med deres merkevarer, sortiment og verdier. Videre argumenter for dette valget kan du lese om i kapittelet **Valgt konsept, innsikt og funn**.



Bildet hentet fra Blafre.com

Hvis du ønsker å se nærmere beskrivelse av disse konseptene se vedlegg verktøy til å definere scope og prosjekt.



Skisseprosess og mockups

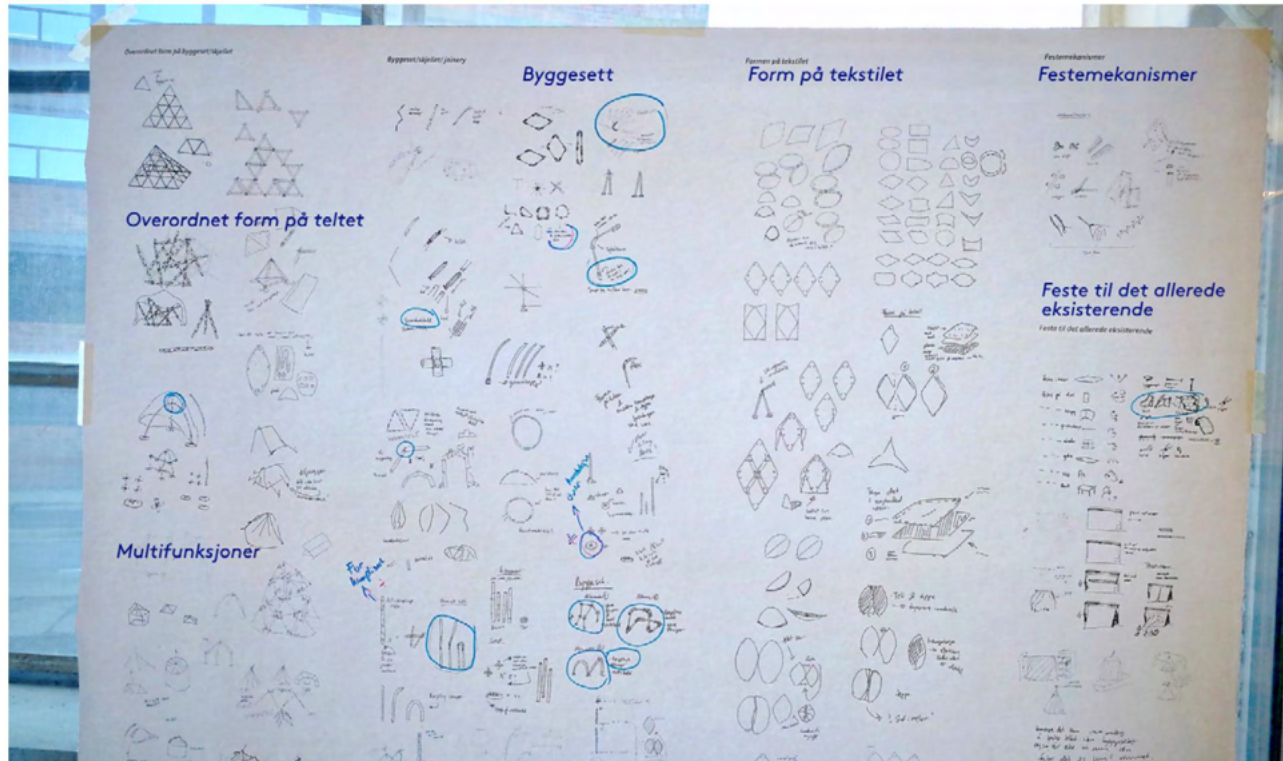
Valgt konsept - multifunksjonelt leketelt/tekstil

Jeg skisset på:

- Overordnet form på teltet
- Byggesett
- Form på tekstilet
- Fester til det allerede eksisterende
- Festemekanismer
- Multifunksjoner

Ganske langt inn i prosessen var disse funksjonene de aktuelle:

- Leketeppe
- Oppbevaring av leker
- Leketelt
- Hengekøye



Mockups

Jeg tok utgangspunkt i byggesett/skjelettet som tekstilet skulle ligge over, fordi det var vanskelig å vite hvilken form tekstilet skulle ha før jeg visste hva det skulle legges over/være festet til. Tekstilet vil endre form og karakter ut i fra formen på byggesettet.

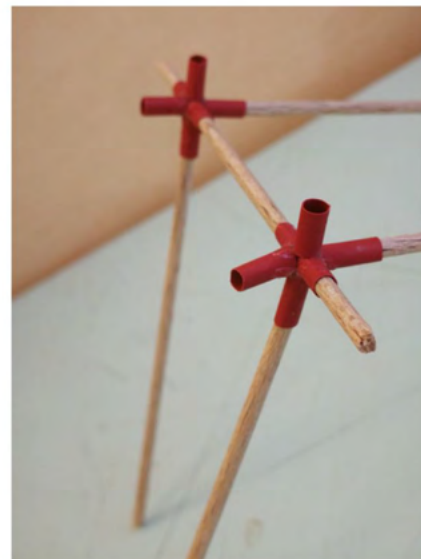
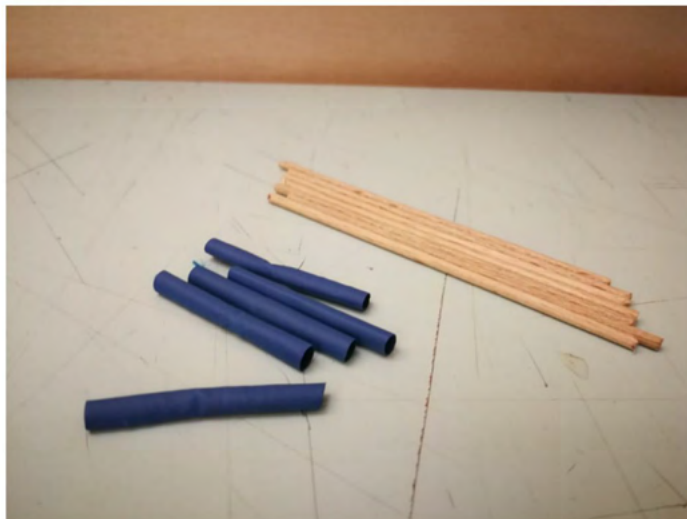
Jeg produserte mange små mockups med ulike materialer, egenskaper og form. Min intensjon med denne variasjonen var å skissere ut hvilke muligheter som fantes. Hvordan kan et slikt telt være? Jeg prøvde å være åpen for ulike alternativer. Jeg ønsket ikke å lage et telt som lignet et leketelt eller et vanlig telt som finnes på markedet i dag.

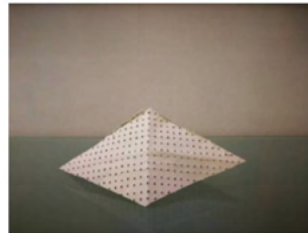
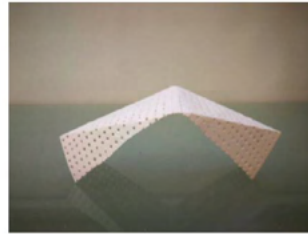
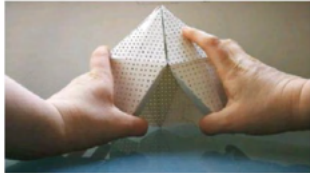
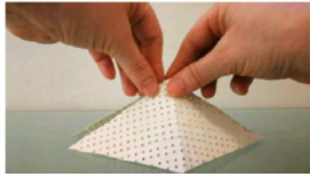
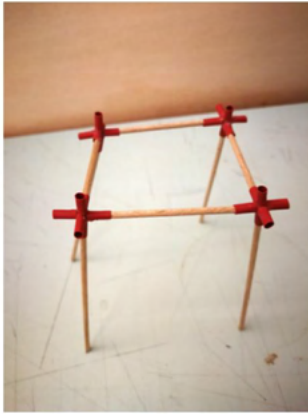
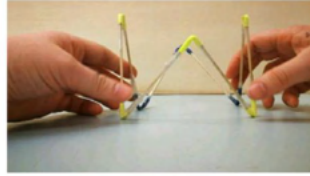
Spørsmål jeg stilte og krav til produktet:

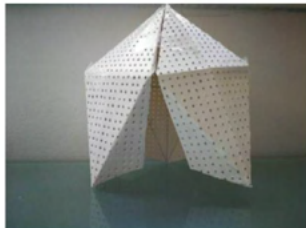
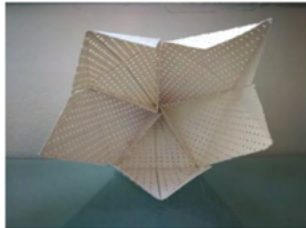
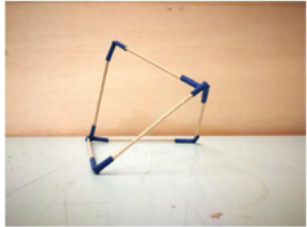
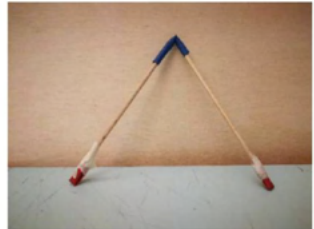
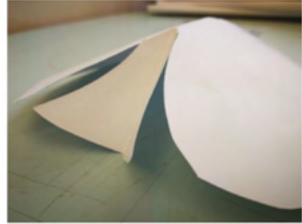
- Skal teltduken ha en fast konstruksjon?
- Skal det være et tekstil som legges over noe interiør eller en snor?
- Skal tekstilet være delt opp i geometriske former som settes sammen, f.eks som et militært knappetelt?
- Hvordan skal man sette det sammen?
- Det må ikke være farlig så man skader seg hvis man får det i hodet, hvis det raser sammen.
- Kanskje det kan være i et materiale som ikke skader barnet hvis det faller ned?
- Hvilke materialer passer til teltduk og

festemekanismer?

- Hva gir mulighet for variasjon i form?
- Hvilke egenskaper krever de ulike funksjonene, av form og materialer?
- Kan jeg bruke de samme elementene, for eksempel festemekanismene, på de forskjellige funksjonene?







Type telt som finnes på markedet /state of the art

Jeg har orientert meg om leketelt som finnes på markedet, telt i ulike kulturer og hva som tidligere er brukt i Norge. Se også diagrammet i kapittel *Valgt konsept, innsikt og funn, Eksisterende telt på markedet og deres grad av lekeverdi*. Noen av teltene jeg har sett på er:

Knappetelt/knappeduk (Knappeduken er en del av feltutrustningen til hver soldat. To eller flere duker kan kneppes sammen til et telt), tunneltelt, tipi, mongolsk ger, lavvo og iglo.

Noen hovedretninger av byggesett

Da jeg analyserte de ulike mockupsene jeg hadde laget kom jeg frem til at det samlet seg i 3 hovedretninger av byggesett:

1. Stive stenger og multi-ledd
2. Bøyalige/fleksible ledd og stive stenger
3. Multi-ledd og bøyalige stenger



Brukertest i workshop, observasjoner og funn

I brukertesten med de 4 11-åringene hadde jeg med byggesett-deler som var hentet fra de tre hovedretningene.



Observasjoner og funn:

- **Barna ble veldig glade da de forstod at de skulle lage leketelt. De hadde tydelige meninger om hvordan de skulle gjøre det gjennom hele prosessen.**
- Barna lekte mens de satte opp teltet. En trestang ble for eksempel et sverd og mens leken pågikk ble materialet testet, for eksempel da en av guttene bøyde stengene frem og tilbake gjentatte ganger.

Jeg spurte om feedback på hvilke deler som fungerte best:

- Barna likte godt de fleksible leddene og de bøyelige stengene.
- Tekstilet var for lite, de ville ha større teltduk.
- Byggesettet var for vanskelig å sette opp, selv om de hadde mange forskjellige typer materialer å velge mellom og de fikk bruke teip.
- **Barna forstod ikke at man burde bygge slik at formen gikk i to retninger, både i lengde og bredde, slik at det ble rom under duken. Resultatet ble små og ustødige konstruksjoner/telt. Barna ble frustrerte og syntes det var vanskelig.**

Noe må endres!

Så det var en del utfordringer med byggesettet.

Det kan godt hende jeg kunne laget deler som var lettere å bygge med. Dette var tidlige mockups så alle delene var ikke godt nok tilpasset hverandre. Dette gjorde det også vanskelig for barna.



Selv om barna var i øvre sjiktet av alder syntes de dette var vanskelig.

Hvordan kan jeg få til å lage et leketelt for barn i alder 3-12 år, når disse barna ikke klarte det?

Når jeg tenkte videre på dette, så har jeg sett at også **voksne ofte strever med å sette opp vanlige telt**. Selv om, sett utenfra, det er ganske enkle konstruksjoner og måter å sette de opp på.

Viktigheten av å mestre

Det er viktig at barna opplever mestring når de prøver nye ting.

Konsekvensen ved at de ikke mestrer kan være at de ikke får lyst til å bruke produktet igjen, fordi de fikk en dårlig opplevelse da de prøvde.

“For at et barn skal tilegne seg nye ferdigheter eller kunnskaper, er det viktig at det opplever mestring, og at det er mulig for barnet å klare den utfordringen det står overfor ved hjelp av de egenskapene og ferdighetene det har.” (Mestringsfølelse avgjørende for å lære, 2018)

Likevel bør det ikke være for lett, for da utfordrer det ikke, og barnets utvikling kan stagnere.

“Når barnet opplever at det mestrer noe som i utgangspunktet er vanskelig eller krevende, styrker det barnets ressurssystem. Barnet har både fått nye konkrete ferdigheter og kunnskaper, og en erfaring som øker selvtilliten og kunnskapen om hva som skal til for å mestre nye oppgaver.” (Mestringsfølelse avgjørende for å lære, 2018)

Hvordan lage noe som ikke er for komplisert og vanskelig, når disse store barna (og mange voksne) ikke klarer det?

Hvordan kan jeg tilpasse designet slik at det passer til barnas ulike alder og ferdighetsnivå?

Essensen av det jeg vil oppnå

Jeg forsøkte å se det jeg holdt på med litt utenfra for å få en oversikt.

Hva handler dette egentlig om? Hva er det jeg prøver å oppnå? Hva er essensen av det jeg prøver å få til?

Det jeg holder på med er å finne flere løsninger på er:

- Å lage rom under tekstil



På hvilke måter kan man lage et rom?

3 hovedtyper:

- Feste i tak/vegger
- Byggesett/skjelett
- Feste i det allerede eksisterende som finnes i rommet: møbler,interiør



Hva er fordelene og ulempene med disse ulike løsningene?

Feste i tak/vegger

+

Skaper mye rom

-

Varige fester i tak/vegger

Vanskelig for barna å sette opp selv

Bundet til ett sted å ha teltet på

Begrenset prosess/aktivitet

Få variasjoner

Kanskje barna vil "henge" i duken slik at den revner

Lite lekeverd i oppsettingen.

Byggesett/skjelett

+

Bruke kreativitet og fantasi

Forstå hvordan fysiske deler/former kan kombineres og settes sammen

-

Kan bli for komplisert

Utfordring å tilpasse vanskelighetsgrad til ulik alder

Mange deler- kan skape mye rot, deler kan bli borte

Tar plass, hvor skal det oppbevares når det ikke brukes?

Hvis noen deler blir borte, fungerer produktet da?

Utfordring å skape stort nok rom under

Vanskelig å få det stabilt nok

Feste til det allerede eksisterende

+

Bygger på den metoden mange barn har brukt og kanskje kjenner igjen

Byggeprosessen kan skape mestring

Mange variasjoner

Bruke kreativitet, fantasi og improvisasjon

-

Kan bli rotete

Hvordan feste?

Helomvending- trenger jeg egentlig byggesett/skjelett?

Mye av det jeg har tegnet og laget mockups av tidlig i prosessen var basert på byggesett/skjelett.

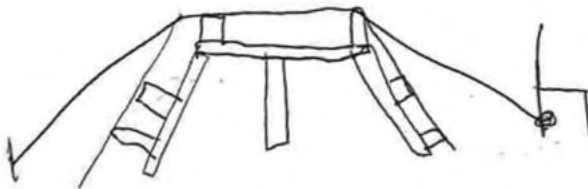
Jeg antok at jeg "mätte" ha det. Jeg ønsket at den prosessen skulle skape en positiv aktivitet, mestring og eierskap hos barna.

Byggesettet kan fort bli litt for komplisert og ta mye plass. Hvis man har tenkt å bruke tekstilet til andre funksjoner enn til telt blir byggesettet til overs. Men kan jeg klare å lage telt uten byggesett? Kan jeg ta utgangspunkt i hvordan barn lager telt og huler i dag? Kan det festes til eksisterende ting i rommet?

Drømmeleketelt- barna liker den tradisjonelle måten å sette opp leketelt i stua

Da jeg spurte barna om hva som var drømmeleketeltet deres, så var det faktisk flere som tegnet og forklarte at deres drømmeleketelt skulle festes i stoler, bord osv.

Barn synes det er spennende å bruke ting de finner rundt seg f.eks foreldrenes spisestuestoler. Dette er tegninger av drømmeleketelt fra probe og workshop.



Man kan vinde de faste stoler

Problemer med vanlig måte å lage leketelt/hule

Jeg gikk tilbake igjen for å undersøke hvordan barn faktisk setter opp disse hulene/leketeltene hjemme.

De fleste jeg har snakket med, både av barn og foreldre, har laget slike huler og telt. De nevner at det var stas å bygge, leke, sove og gjemme seg i dem, men det var også noen tydelige problemer med situasjonen.

Det jeg har observert og fått tilbakemelding på er at problemene ofte er at:

- Teltet faller sammen, teppene/laknene glir av møblene
- Teppet/lakenen er for lite
- Oppsetting av teltet tar lang tid
- Det er kjedelig når det skal ryddes opp



★ • Var det noe som var vanskelig eller irriterende når du lagde eller lekte med det?
og om det var å se omme

i vesle bokser

noen ganger det er teppet på oss

teppet faller

Gjøre og ha mange ting inne i teltet

Noe annet som var gjennomgående var at de hadde lyst til å gjøre og ha mange ting inne i teltet:

Gjøre: Sove, spise, spille dataspill, lese, spille kort og hoppe på trampoline.

Ha plass til/ha inne i teltet: Seng, elektronikk, vindu, playstation 4, trampoline, puter, wifi, leker, tv, trapp, pokemon, lys, pyntet-ing, kortstokk, kjøleskap, kyllinger, perler, leke skyer, bamser og hengekøye....var noen av tingene de ønsket å ha i teltet.

Det var gjennomgående at de ønsket et stort telt

Et annet argument mot å ha et rigid skjelett er at de da mister muligheten for å flytte rundt på teltet. Barna ønsket at de noen ganger kunne ha teltet i ulike soner hjemme hos dem selv f.eks over TV, over senga, over trappa, over lekekjøkkenet eller henge det over trampolina ute.



et tak s
holdes over
av pinner under
jord (kuben)
jord (kuben)



fordi barn liker
Kanskje store
telt istedenfor
småe og de
vil ha plass
til nesten alt

Mulighet til å utvide teltet sammen med venner og søsken

Jeg tenkte også på dette som jeg skrev om i kapitlet **Valg, konsept, innsikt og funn** at mange av barna beskrev at det å gjøre aktiviteter sammen andre ga gode minner. Derfor ville jeg se om jeg kunne utfordre barna til å bruke teltet sammen, gjøre det til noe sosialt:

Kanskje de kunne komme sammen med hver sin telt-del, slik som de gjør i militæret med knappetelt, og feste delene til hverandre? Slik at det ble et enda større telt.

“Det hadde vært bra..kombinere våre personligheter da, det vi liker, med det en venn liker, også blandes det og blir det perfekte vennskap!”

Gutt 11 år



Erfaringer med leketelt - foreldre

Funn fra foreldre bekreftet funnene fra barna. Foreldrene ble stilt følgende spørsmål:

Hva hadde du ønsket deg av et leketelt?

- Noe som stimulerer til lek og kreativitet
- Enkel lagring
- Lett å vaske

Er det noe negativt med slike telt som barna setter opp i stua?

- Kjedelig å måtte ta det ned, når barna har lyst til å ha det oppe
- Kan lett falle sammen
- Blir fort rotete

Hva er dine erfaringer med leketelt som er kjøpt i butikk?

- Mange er vanskelige å sette opp
- Leketeltet vi har tar så stor plass når vi skal lagre det
- Voksne får ikke plass inne i teltet, det faller ned når vi prøver å gå inn
- Glørete dekorasjon som ikke passer inn hjemme.
- Vi har liten plass til lagring når det ikke er i bruk grunnet stor og tunge stenger.

Ut i fra dette bestemte jeg meg for å designe et telt med følgende egenskaper:

- Det bør kunne festes til eksisterende ting i rommet.
- Tekstilet/duken er stort.
- Det gir barna mulighet for å ha og gjøre ting inne i teltet
- Muligheter for å utvide teltet ved å feste det til søskens/venners telt.
- Det tar ikke så stor plass når det ryddes vekk.
- At produktet ikke tar så lang tid å rydde vekk.

Multifunksjoner- ble for komplisert

På dette stadiet i prosessen var det fortsatt leketeppe, oppbevaring av leker, leketelt og hengekøye/hengehuske som var de aktuelle funksjonene.

Det er vanskelig å finne gode løsninger på én funksjon uten å gjøre én annen funksjon dårligere. Vi måtte gjøre kompromisser på størrelse og egenskaper slik at hver funksjon i seg selv ikke ble helt optimal.

Eksempler på dette er:

- Det er ønskelig at leketeltet er en stor tekstil. Hvis det samtidig skal være et leketeppe så må det ikke være for stort.
- Jeg hadde ønsket at leketeppe og hengekøye skulle være med som en del av løsningen, fordi jeg hadde fått indikasjoner fra målgruppen med behov og ønsker for disse funksjonene, men det ble for komplisert.

Jeg fikk det ikke til å bli slik at alle løsninger var var gode, helhetlige og bruksfunksjonelle i hver sin kontekst.

"Kill your darlings" - gjøre det enkelt og smart

Noe måtte endres. I prosjektet har jeg spurt meg selv, hvordan kan jeg gjøre det enkelt og samtidig smart? Jeg måtte "kill my darlings".

Valg av type funksjoner - fullt fokus på leketelt

I møte med Blafre bestemte vi oss for å gå videre med fullt fokus på leketelt. Kravene til denne funksjonen ble hovedprioritet. De andre funksjonene ble lagt litt til side. Vi var åpne for flere bruksområder hvis det ikke gikk utover telt-funksjonen, men dette måtte vi da se på når designet nærmet seg sluttfasen.

Festemekanismer - Hva skal man feste duken/tekstilet til og med?

Måter barna fester leketelt hjemme

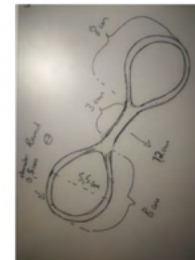
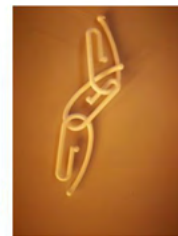
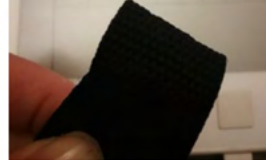
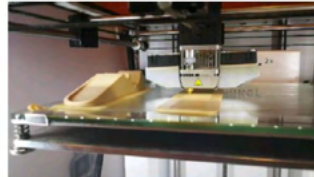
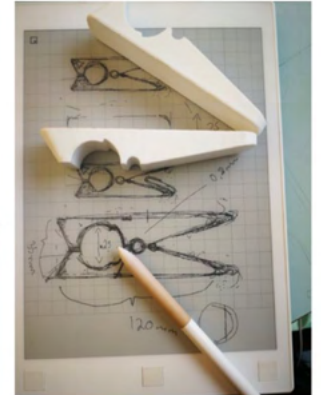
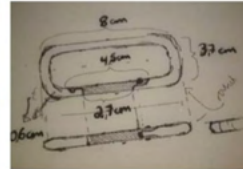
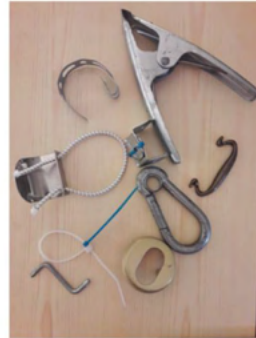
Når barn lager huler/telt hjemme bruker de ofte klesklyper og strikk for å feste. Videre setter de for eksempel bøker oppå tekstilet for at teppet skal holde seg utspennt. **Kan jeg bruke litt av de samme måtene for å feste teltduken på i min løsning?**

Det meste i beskrivelsen av prosessen ligger på hovedkonseptet og hovedformen - tekstilduken. Hver festemekanisme har sin egen lille designprosess med mockups, testing, iterering og valg. Jeg har ikke mulighet til å gå gjennom alle stegene i hver enkelt prosess i denne rapporten. Så nedenfor vil du kunne lese om de festemekanismene det endte med til slutt.

Jeg vurderte ulike festemetoder:

Maljer langs kanten på tekstilet, trykkknapper, sugekopp på veggen, tau, knapper, tunge ting på duken og/eller henge til å festes til dører.

Jeg observerte hva som finnes i et typisk hjem, i en stue og i et soverom. Jeg ønsket å tilpasse festemekanismene til disse objektene og flatene.



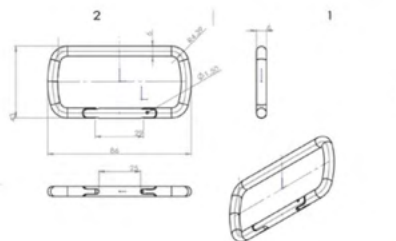
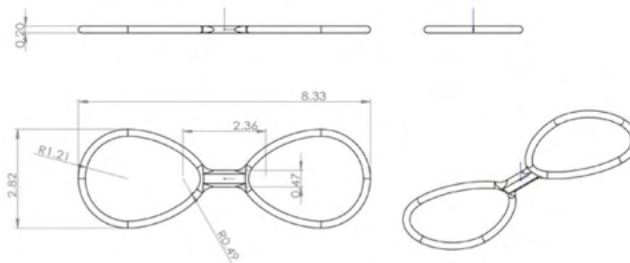
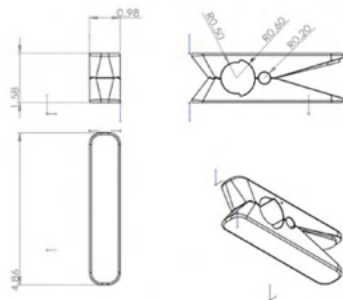
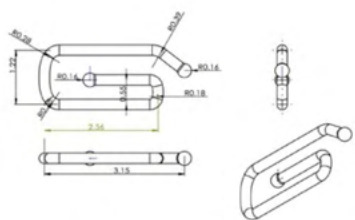
Formuttrykket på festemekanismene

Som tidligere nevnt er en viss grad av gjenkjennbarhet viktig for barn. Det skulle være noe kjent og trygt med festemekanismene så de hadde lyst til å ta de i bruk. Derfor er flere av festemekanismene basert på typiske produkt tegn/arketyper for sin produktkategori. (Mons, 1997) For eksempel når man nevner ordet "klype," tenker nok de fleste på formen til den klassiske treklypen. Da er dette en arketype.

Jeg ønsket at festemekanismene skulle være intuitive og lette å forstå for barn i ulik alder. Dimensjoner bør være tilpasset barnehender. Samtidig ønsket jeg at de skulle kunne brukes på forskjellige måter, kombineres og kunne lekes med.

Det er med hensikt at noen av festemekanismene ser overdimensjonerte ut. Dette gir et naivistisk barnevennlig uttrykk. Videre har de et nostalgisk preg på grunn av de runde formene, valg av materiale og gjenkjennbare former. Det minner om noe tradisjonelt og gammelt som jeg har sett før. Meningen har vært å holde fast på assosiasjonen og hovedformen som minner om de tradisjonelle produktene (klesklyper og gardinoppheng). Samtidig har jeg forandret og justert forskjellige steder for å få bedre funksjon og slik at det er mer tilpasset målgruppen.

Her er de festemekanismene det endte med til slutt og hvilke behov de møter. Tallet i parentes beskriver antallet av festemekanismene i settet :





Klype (5)

Hvordan feste noe til et bord eller hylle? Hvor det ikke er mulighet til å feste rundt noe, f.eks rundt et bordben? Da kan man bruke store klyper.

Inspirasjonen til denne festemekanismen er hentet fra objekter barna bruker i dag og de gamle tradisjonelle treklipene.

Formen er overdimensjonert i forhold til det som er vanlig. For å få et større "gap", har jeg designet det slik at håndtakene passer inn i hverandre. I åpningen er det riller for å skape feste. Her er det viktig å velge den rette fjæra slik at det ikke krever for stor kraft å presse sammen for et barn, men likevel at det skal gi nok feste.

Strikk (4) og hemper/løkker

Hvordan kan man feste til stol-/bordben, dørhåndtak, vindushasper osv.?

Da kan man bruke strikk og hemper/løkker.

Det er løkker rundt hele kanten av tekstilet/duken. Disse festemekanismene har tilnærmet sirkulære former, så de passer også til å festes rundt de ovennevnte objektene. I tillegg kan strikken tas rundt for eks. et bordben, så festes inn igjen i sin egen løkke. Et tau kan tres inn i disse festemekanismene og videre festes til noe annet.

Hempe på midten (1)

Da jeg testes størrelse og funksjon på duken i full størrelse, fant jeg ut at det kunne være nyttig å ha en hempe midt på slik at man

kunne holde teltduken oppe via et tau fra taket hvis man hadde behov for det.

Tau (2)

Hvordan kan tekstilet holdes oppe hvis man vil henge det litt høyt?

Da kan man bruke tau. Dette tauet kan være spent på tvers av rommet. Det følger med 2 tau. Ett på 3 m og ett på 5 m.

Disse tauene har to løkker i enden av tauet. Dette er inspirert av tradisjonelt tauverk hvor denne delen kalles øyespleis med en kause i midten.

Karabinkroker (3)

Hvordan feste tau til hverandre hvis man ønsker å få et lengre tau, eller feste de andre festemekanismene til hverandre?

Her kan man bruke karabinkroker.

klips (8)

Denne festemekanismen er inspirert av rynkebåndskroker som brukes ved gardinoppheng. Jeg har valgt å kalle de klips.

De kan brukes til å feste løkkene på duken sammen, feste til de andre festemekanismene eller festes til hverandre for å lekes med.

Ved at barna bruker disse festemekanismene tror jeg det går fortere å ta ned teltet når leken er over, da trenger det for eksempel ikke å være stabla mange bøker oppå duken.

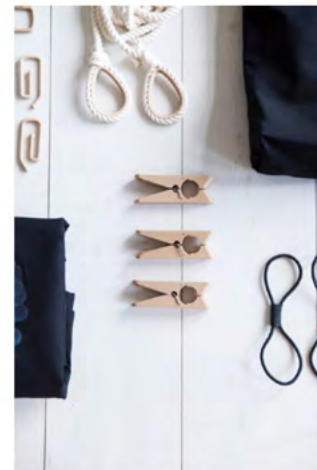
Sekk (1)

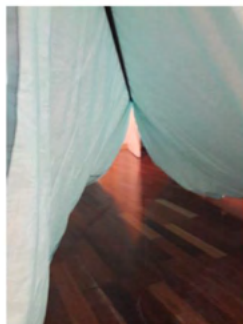
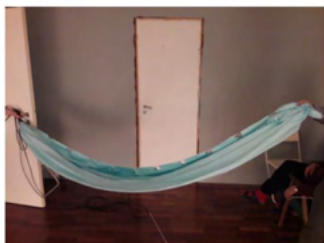
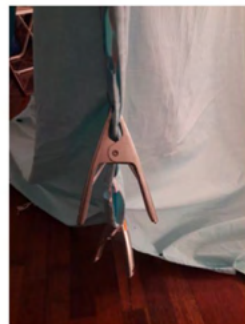
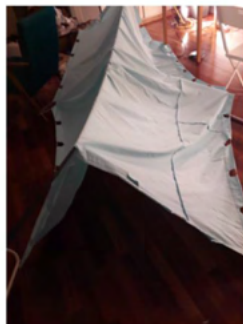
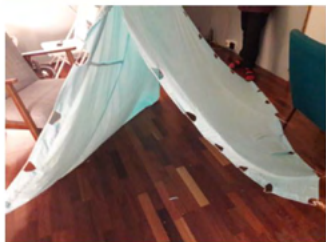
Hvordan emballere, frakte og oppbevare produktet?

Jeg fant ut at disse tre behovene kunne kombineres i en løsning; En sekk som produktet kan ligge i.

Da unngår man unødvendig bruk av emballasje, gjør det enkelt å ta med seg produktet til forskjellige steder og har en plass å oppbevare produktet når det ikke er i bruk. Sekken har et håndtak som kan henges på en krok på veggen. Dette kan også bidra til at produktet blir godt beskyttet når det ikke er i bruk, og dermed ha lengre varighet.

Sekken er delt inn i to hovedrom, ett til teltduken og ett til festemekanismene.





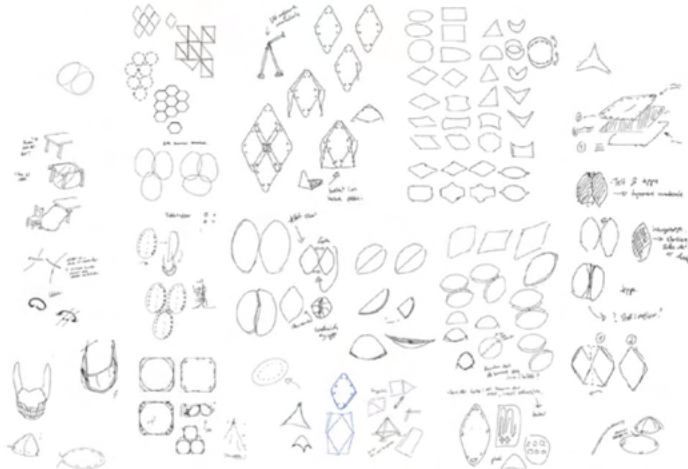
Tekstil

Hvilken form og størrelse bør tekstilet ha?

Vi hadde bestemt at det skulle være et stort tekstil, men hvilken form passet?

Oval, sirkulær, kvadratisk, trekantet eller rektangulært? Jeg laget 1:1 modeller for å teste.

Her vurderte jeg blant annet: Mulighet for variasjon? Nok rom under tekstilet? Hvordan feste? Størrelse?



Ferdig form og funksjon - tekstilduken:

Jeg fant ut at en rektangulær form ga flest muligheter for ulike variasjoner/telt-konstruksjoner og skapte gode rom.

Størrelsen som virket mest optimal var 3 m x 1,80 m, derfor ble dette teltets størrelse.

Dette er et ganske stort tekstil, men da møter man ønske om størrelse fra målgruppen. Da er det ikke behov for å kombinere ulike tepper, slik som barna ofte gjør i dag.

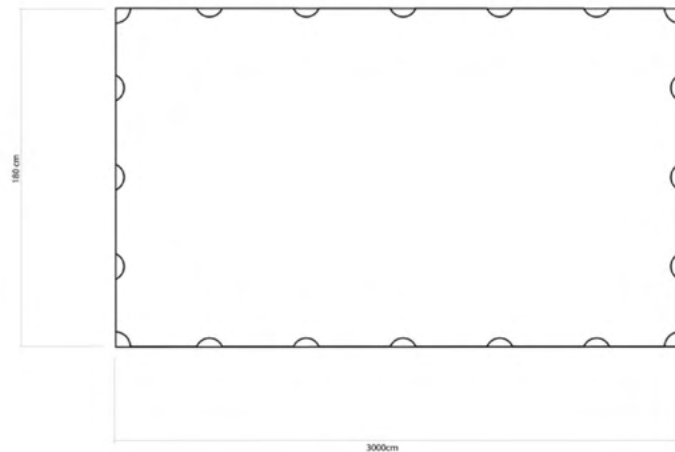
Langs hele ytterkanten er det kombinert buer og løpegang med bånd. Disse buene indikerer for barna at her kan de ta tak med en hånd eller her kan noe tres oppi. De ulike festemekanismene kan festes til dette båndet. For eksempel tres båndet inn i åpningen i klypen og videre festes til et bord eller en hylle, eller festes til et annet sted på teltduken.

Materialer

Det er ikke nok at produktet er designet slik at det er "emotionally durable", men materialene som produktet består av må også ha lang holdbarhet.

Tekstil-materialet

For å få råd rundt valg av type tekstil og hva man bør tenke på relatert til dette, har jeg blant annet snakket med Wenche Lyche, anerkjent klesdesigner og høyskolelærer.



Duken består av tre lag. Disse har ulike egenskaper og funksjoner, nærmere beskrivelse av kravene til tekstil-materialet kan du se i kravspesifikasjonen.

1. Selvlýsende elementer:

Dette første laget består av de selvlýsende dekorasjonene. Det som vil lyse opp er et fosforescens materiale.

Dette vil enten være vevet inn i tekstilet, trykt eller brodert på. De selvlýsende dekorasjonene kan man lade opp med lampelys eller med sollys for å få til den selvlýsende effekten. Dette materiale skal være mulig å vaske, og effekten skal ikke bli dårligere på 50/60 vask.

2. Tekstil på innsiden:

Dette andre tekstilet er vendt mot barna, for eksempel det tekstilet som de ser som taket i tellet. Det er sort og lystett. Det selvlýsende laget er festes på dette tekstilet.

Dette vil bestå av et mykt og lett materiale sannsynligvis en av/eller en blanding av: Økologisk bomull, viskose-materiale for eksempel laget av bambus.

Det er mulig man må ha elementer av syntetiske tekstil for å forsterke egenskaper som slitestyrke og holdbarhet. Dette for å gjøre det mulig å bruke produktet over lang tid.

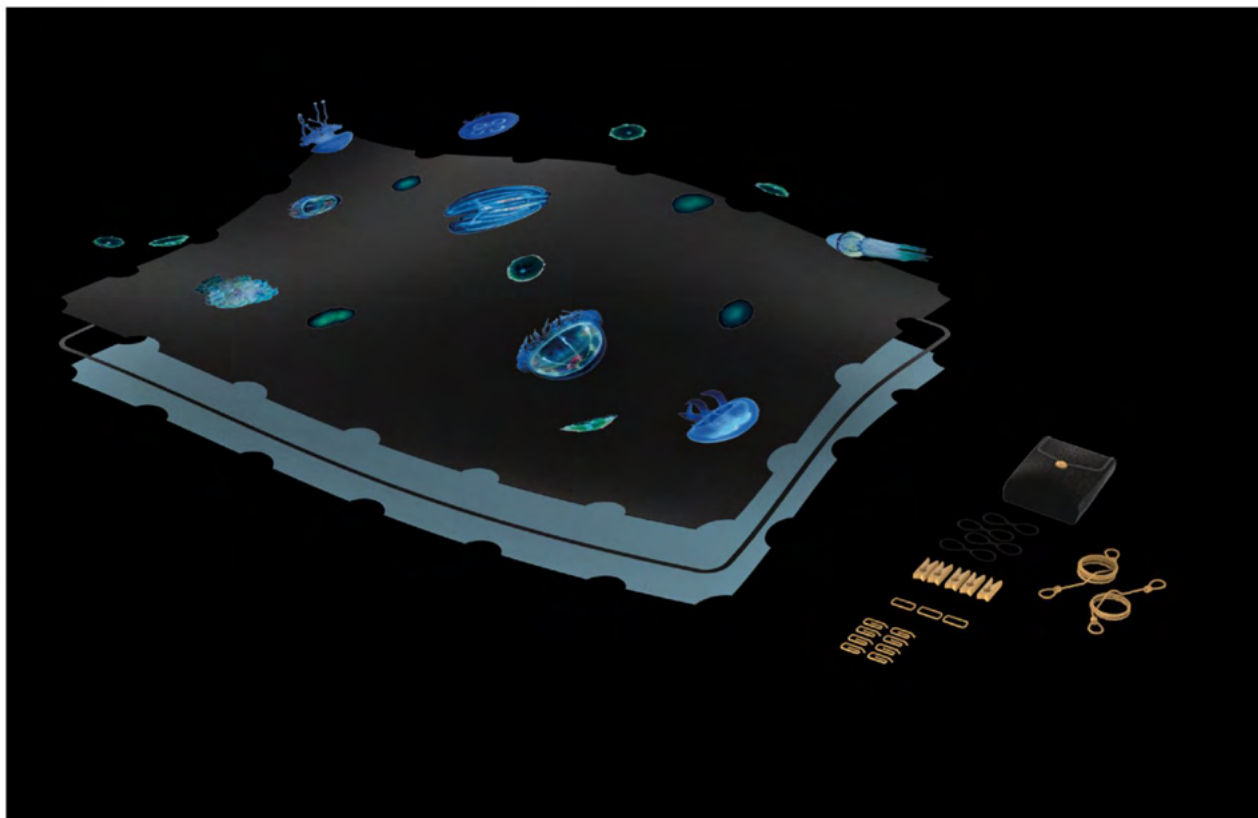
3. Tekstil på yttersiden

Denne tredje siden er vendt ut mot rommet. Dette laget har en egen farge, se beskrivelse av farger litt senere i dette kapittelet.

I prototypen kan dere se at dette er et eget lag med tekstil. I produksjon vil det sannsynligvis være et belegg på den ene siden av tekstillag nr 2.

Materialene i festemekanismene

Festemekanismene vil sannsynligvis være sprøytstøpt i en kompositt av tre/ og eller bambus og plast.





Beskrivelse av prototypen

På utstilling vil dere kunne se:

Tekstil/duk

3 modeller:

1. Funksjonsmodell
2. Utseendemodeller

Festemekanismer:

Alle festemekanismene som skal høre med:

- Klypene er utseendemodeller
- Resten av festemekanismene er funksjon- og utseendemodeller

Begrensninger og utfordringer, med tanke på ønsket materiale

I denne oppgaven har jeg brukt mye tid på å finne tekstil med ønskede egenskaper til prototypen. Jeg har lett etter et tosidig stoff, men har ikke funnet noe slikt jeg ønsket, så da har jeg måttet lime og sy to tekstil sammen.

I en produksjon vil det som beskrevet over sannsynligvis være et tekstil med belegg på baksiden. Det vil også være et bredt nok tekstil, så man unngår en slik skjøl som det er på prototypen. Den ene prototypen, med nordlys, ble sydd litt feil, så den er 6 cm mindre i lengde og bredde.

Jeg har også forsøkt å få til den selvsyende effekten på en bedre måte enn dere vil kunne se i prototypen. Det viste seg å være vanskelig å la seg gjøre. På prototypen er det trykt på figurer, deretter malt med selvsyende maling. Det er ikke slik vi vil gjøre det i endelig produksjon. På utstillingen vil dere kunne se mockups og tester som er nærmere det uttrykket jeg ønsker.

Sikkerhet

Det er strenge regler i forhold til sikkerhet og trygghet for produkter som skal brukes av barn. Det er bra og viktig. Det går blant annet på produktens fysiske utforming og kjemikalieinnhold. Derfor er dette en del av kravspesifikasjonen og prosessen i forbindelse med utformingen av produktet. For Blafre er dette viktig. Blafre gir ut en beskrivelse av kravene og prosessen med produktene. en PR-brosjyre:

“Du skal være trygg på at produktene vi lager er av god kvalitet. Derfor er vi medlemmer av Emballasjekonvensjonen i Norge og har sørget for å EK-merke alle plastmatboksene våre. Det betyr at alt innhold er saumfart og kvalitetssjekket opp mot norske standarder. Ftalater, BPA og annet snusk har ingenting i våre produkter å gjøre. Vi bruker anerkjente test-selskaper også i utlandet og gjerne stikkprøver for å dobbeltsjekke testresultatene ved for eksempel Teknologisk Institutt i Oslo.”

(Blafre PR, 2016)

Dersom man skal gå i detalj er man avhengig av å oppsøke eksperter. Miljødirektoratet publiserer en del informasjon om forbudte stoffer og hva som er tillatt i tekstiler og leker som kan være veiledende i dette arbeidet. Blafre har rutiner på å kontrollere produktene gjennom flere runder hos spesialiserte test-selskaper, blant annet ALS global.

Jeg har sett litt generelt på sikkerhet i forbindelse med dette produktet, blant annet den selvsyende malingen og størrelse på ulike deler som kan svelges av barn. Å gå dypere anser jeg for å ligge utenfor fokuset og rammene for min diplomoppgave.

Duken

Duken skal være sikker for barn å bruke. Materialene som velges er naturlige, men det må likevel kontrolleres før produksjon at de ikke er satt inn med kjemikalier som er farlige, for eksempel formaldehyd eller ftalater. Som nevnt over finnes det retningslinjer fra Miljøverndirektoratet, og dersom et produkt skal settes i produksjon, vil det måtte testes nøye.

I en tidlig versjon var ikke båndet rundt kanten festet til duken. Dette kunne da dras ut og inn og kunne potensielt være en kvelningsfare. Derfor er dette båndet festes gjentakende ganger rundt duken, slik at det ikke er mulig for et barn å få hodet sitt inn en av løkkene.

Det selvsyende

Selvsyende materialer har tradisjonelt vært forbundet med fare, og særlig de materialer som har en luminescens av typen fosforescens som er det som er benyttet i denne modellen.

I dag benyttes stoffer av typen strontium-aluminat eller sink-sulfider.

Ut i fra de undersøkelsene jeg har gjort, blant annet mailing med miljøverndirektoratet, har jeg ikke funnet noe som tilsier at dette er farlig for barn.

Festemekanismene

For festemekanismene er det særlig to risikomomenter: små deler og kvelningsfare fra tau og strikk.

Jeg har unngått små deler så langt det lar seg gjøre. Ett unntak er karabinkroken som består av to deler, hvor den ene er ganske liten. Der kan man vurdere å lage delen hul når den skal masseproduseres, slik at barnet får puste selv om det svelger delen.

Remi fra Blafre forklarte at siden dette produktet er for barn fra 3 år og oppover er det ok, ifølge regelverket, at et tau følger med i settet. Blafre påpekte at det for eksempel finnes hoppetau på markedet, og dette produktet utgjør ikke noe større fare enn et slikt et. Her stoler jeg på Blafres kompetanse og kjennskap til regelverket.

I en tidligere versjon hadde jeg en sirkulær strikk på ca.18 cm i diameter som en av løsningene til festemekanismene. Denne kunne barnet potensielt tatt rundt halsen og hengt seg fast i noe; en mulig kvelningsfare. Derfor endret jeg designet ved å ha en mindre løkke på hver side av et feste i midten. Disse løkkene er nå for små til å få rundt en hals.

Det emosjonelle og
opplevelsesbaserte

Historiefortelling- De ulike lysende verdenene

I denne oppgaven har jeg valgt å illustrere to
versjoner av de magiske verdenene:

“Nattehimmel med nordlys” og “I havets
dyp”.

Nattehimmel med nordlys

*Nordlys eller aurora borealis er et lys-
fenomen som finner sted på den nordlige
halvkule. Nordlys oppstår når elektroner
og protoner kolliderer med atmosfæregas-
sen. Denne gassen blir tilført energi som så
sendes ut igjen i form av lys.*

(SNL - nordlys, 2017)

Dette fargerike naturfenomenet som slynges
over nattehimmelen engasjerer og fascinerer
mennesker over hele kloden. Det er eksotisk
både for nordmenn og turister.

*Å få oppleve nordlyset i Norge er nå den
ferieopplevelsen som flest drømmer om,
ifølge en undersøkelse blant reisemagasi-
net Lonely Planet Traveller Magazines
lesere.*

(Har du sett lyset?, 2013)

Et annet særtrekk ved nordmenn er hvor godt
vi liker å være ute i naturen, gå tur, gå på ski
og dra på telttur.

Ved å illustrere nordlys på innsiden av duken
kan vi invitere inn litt av Norges natur inn
i våre stuer og hjem. Produktet blir da et
objekt som forteller historier om Norge. Dette
passer godt til Blafres norske fokus og ramme,
Det norske i dette prosjektet.

*En av satsingene til Innovasjon Norge er på
turisme, dette produktet kan være et fint
produkt som forteller historier om Norges
natur og om norsk design med fokus på
bærekraft.*

(Eventyrlig resultat for nordlyskampanje, 20

I havets dyp

Det finnes mye rart og utrolig i havets dyp. Et ørlite manetlignende dyr kan snu livssyklusen sin og bli yngre og yngre i stedet for å bli gammel å dø. (*Manet med nøkkel til evig liv*, 2012)

Visste du at maneter sover, selv om de ikke har hjerne? (Abels tårn, NRK) Rart, ikke sant?!

Som tidligere nevnt er det mange organismer som er selvlysende. Dette kalles bioluminescens på fagspråket. 80% av alle vesener som selv kan skape lys, lever i havet. Mange av disse organismene lever størsteparten av sitt liv i tilnærmet mørke.

"Bioluminescens er svært nyttig i denne formen for miljø – uansett om det er for å finne mat, og en make, overliste rovdyr eller rett og slett og finne vei i mørket."
sier Edith Widder, marinbiolog ved Ocean Research and Conservation Association i Florida i USA.

(Utrolige selvlysende havdyr, 2010)

Forskere tror at det er hele 750 000 arter i havet som vi ikke har oppdaget enda.

(750 000 arter i havet fortsatt ikke oppdaga, 2010)

Denne lille maneten har hentet navnet sitt fra Norge. Den heter *Crossota* Norvegica eller Norsk *crossota* på norsk.

“Dette er en bitte liten manet som lever i arktiske hav. Den er bare to centimeter stor. Den har rundt 275 tentakler, og fem eller sju munnar. Maneten blinker og lyser som en liten diskokule nede i dypet. “

(Havets hemmelige uhyrer, 2016)



www.slidshare.net/guimera/jellyfish

Viktigheten av å ta vare på havet

“Nordmenn vet ikke at for hvert fjerde pust vi tar så er tre av dem sponsa av havet”

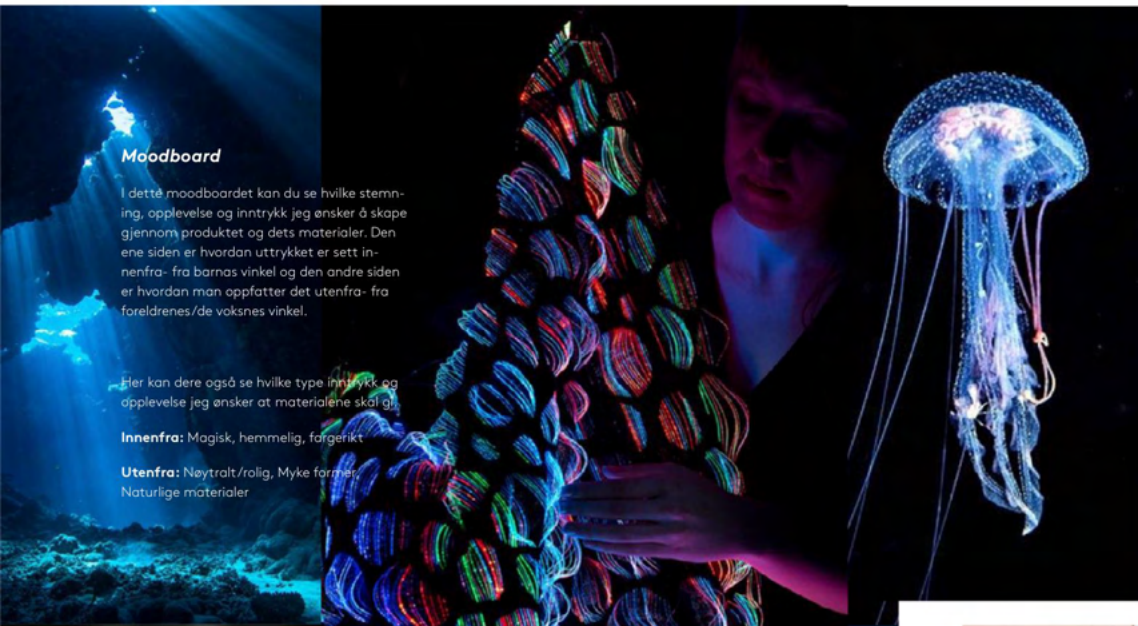
(Lindmo - samtale med Line Elvsåshagen og Pia Ve Dahlen, 2018)

På grunn av forurensning og forspøpling er mange av dyra og korallrevene i havet utrydningstruet. Pia Ve Dahlen, marinbiolog og faglig leder for organisasjonen Passionfor-ocean sier:

“De fleste som har et forhold til det flytende element ønsker å ta vare på det, men få vet hvordan. Til å være en sjøfartsnasjon som har verdens nest lengste kystlinje, vet vi forunderlig lite om havet og hvordan det fungerer. Enda mindre kan vi om utfordringene havet står overfor, til tross for at det er vi mennesker som er årsaken til det meste av trøbbelet. Men vi vet at det er vi - folka - som må gjøre noe annerledes om vi skal få til en endring. Skal vi få til en endring som er både langsiktig og reell må vi ha kunnskap. Vi kan ikke forvente at folk skal ta gode, bærekraftige valg når man ikke engang har et fnugg av kunnskapsgrunnlag å gå ut fra. Vi vil at folk flest skal ta vare på havet i sine daglige handlinger og bli minnet om at havet er vår viktigste ressurs. “

(Kunnskap - Passion for ocean, 2018)

Dette mener jeg UNDRØ kan bidra til ved å fortelle historier om livet i havet. Det igjen kan skape engasjement og kunnskap hos barna slik at de blir bevisst sitt forbruk og blir små ambassadører for bærekraft.



Moodboard

I dette moodboardet kan du se hvilke stemning, opplevelse og inntrykk jeg ønsker å skape gjennom produktet og dets materialer. Den ene siden er hvordan uttrykket er sett innenfra- fra barnas vinkel og den andre siden er hvordan man oppfatter det utenfra- fra foreldrenes/de voksnes vinkel.

Hier kan dere også se hvilke type inntrykk og opplevelse jeg ønsker at materialene skal gi.

Innenfra: Magisk, hermelig, fargerikt

Utenfra: Nøytralt/rolig, Myke former, Naturlige materialer



Kolleksjon/serie med forskjellige farger og ulike verdener

I en videre utvidelse av produktet er det naturlig å se for seg en serie med ulike verdener og farger:

- Dra på tur inn i de dype skoger med selvlysende insekter, larver og sopp
- Grave ned i jorda inn til ulike selvlysende bergarter
- Lysende planeter og stjerner
- Andre selvlysende hav-temaer: Lysende korallrev, lysende morild og lysende bølger (alger)

Mulighet for personalisering og kombinere av flere verdener

Barn kan velge den verden og fargen de er mest interessert i/synes er finest. Da blir det mer spesielt for hvert enkelt barn, enn om alle var like. Når de kommer hjem til venner og har tatt med seg produktet, kan det være spennende å se hvilken verden venninnen eller kameraten har.

Videre kan barna sette sammen teltdukene med festemekanismene om de ønsker, for eksempel ved å ha *Nattthimmel* og *nordlys* på gulvet og *I havets dyp* i taket. Variasjon av temaene på verdenene kan øke lekeverdien.

Barn kan legge til flere "lag" i fortellingen i leken. Kanskje kan det for eksempel være at barna forbereder en fortelling/forestilling om de selvlysende elementene og inviterer publikum inn i teltet?

Fargene som er på både innsiden og yttersiden av duken, er hentet opp fra de selvlysende organismene som jeg har blitt inspirert av.

Form og uttrykk på det selvlysende

Skisser og mockups

Dette er noen skisser og mockups av det selvlysende. På utstillingen vil du kunne se flere eksempler.

Da jeg jobbet med dette lurte jeg på og undersøkte:

- Hvordan kan få til/oppnå den magiske opplevelsen?
- Skal det være trykt på, brodert eller vevet inn i tekstilet?



Hvor skal uttrykket være på disse skalaene/parameterne?

Naivistisk---realistisk

Abstrakt----konkret

Enkelt---detaljrikt

Rom for tolkning----gjenkjennerbarhet

Menneskelige trekk/morsomme trekk-----nøytralt

Nærme Blafres strek-----langt fra Blafres strek

Ensfarget-----mange ulike farger

Hva gir best selvlysende effekt?

Jeg fant ut at med den metoden jeg brukte og hadde tilgang til, male med selvlysende maling, ga det best effekt når:

- Det var mye materiale samlet på ett sted
- Der det var malt over lyse områder
- Der det var malt tydelige konturer/ striper og prikker.

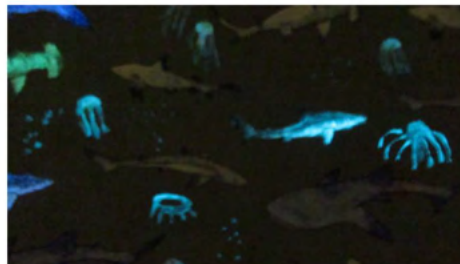
Dette kan endre seg når man setter produktet i produksjon.

Det er viktig at produktet appellerer og engasjerer barn både i lys og mørke. Derfor har jeg valgt å ha synlige og fargerike verdener også i dagslys.

Når man ser produktet i mørket kan nye figurer og former komme frem som barnet ikke så i dagslys. Dette kan overraske og skape lekeverdi.

Ikke for skummelt i mørket

En utfordring var å designe figurene slik at de ikke ser skumle ut i mørket. Barna bør bli trygget og beroliget, og ikke skremt. Jeg lagde prøver hvor jeg testet det å ha menneskelige trekk som øyne og hender, som barna hadde uttrykk at de likte. Det fungerte ikke så godt, selv om øynene var illustrert slik at de så "snille/søte" ut i dagslys, ble de skumle når det ble mørkt. Derfor valgte jeg å ikke ha med slike elementer i illustrasjonene/dekorasjonene.



Skummet



Den er så sød



Den er sød

Den er sød

Den er sød

Den er sød

Den er sød




Den er sød



Den er sød

Den er sød

litt art her



Skummel

Heftig



MSH



Den er sød

Anis



Den er sød

Den er sød



Den er sød



Den er sød



Heftig

Den er sød



Den er sød

Morisha

Fine faget

nydelig bakgrunn

Den er sød

Den er sød



Funn fra workshop med barn om form og uttrykk på de selvløsende figurane

For å vidare ta valg på formuttrykket så spurte jeg barna hva de likte og ikke likte og hvorfor de gjorde det. Se resultat av en av oppgavane på de forrige sidene.

Hvilket uttrykk/fugl liker du best og hvorfor?

Dette er en oppgave som jeg hadde på workshopen. Der ba jeg barna om å sette ringer rundt den fuglen de likte best og skrive en begrunnelse. Det var en blanding av foto av ekte og illustrerte fugler. Jeg har prøvd å variere for å få et mest mulig "rikt" utvalg av uttrykk.

Godt likt:

De fuglene som hadde noen av de **fysiske trekkene forsterket eller en "attitude"** ble godt likt:

- Hårete, heftig hår, "chubby", fluffy, rart hår, i 3D, store øyne
- Kongelig, majestetisk, "Den er boss"

Ord som beskrev uttrykkene de likte, trengte nødvendigvis ikke å være positive, men heller at **uttrykket var litt ekstremt/overdreivet i en retning:**

- Kul, søt, skummel, heftig, stygg, pen.

Fuglene som hadde "menneskelige trekk" likte de godt

- Ser sur ut, søt, ser sint ut

Flere av fuglene som ble godt likt hadde i motsetning til sterke konturer, **myke overgang-er, akvarellmaling uttrykk og forskjellige farger:**

- Fine farger, nydelig bakgrunn, forskjellige farger

Som tidligere nevnt er barn veldig opptatt av farger, og nevnte hva de likte uopfordret, **farger er viktig:**

"Noen ganger er det en sånn skala fra rosa til blå også blandes fargene også blir det mange farger. Faded." Gutt 11 år

På fargekartet som de stemte på hvilken farge de likte best, kom det tydelig frem at de **liker mange farger.**

- Spesielt blå, grønn og lilla- ulike nyanser av disse.

Likte ikke så godt:

- Tydelige konturer, flate illustrasjoner, for forenklet/abstrakt/naivistisk

Min tolkning/analyse av uttrykket til Blafres figurer

Figurer

Uten konturer, sterke farger, lite dybde/rom i figurene, stiliserte, naivistiske, tydelige kontraster mellom fargene/flatene, ensfargede flater, noen felt med overganger i farger fra lysere til mørkere for å skape dybde.

Utfordre Blafres estetikk?

Blafres uttrykk var egentlig litt i kontrast/konflikt med det jeg fant var 11-åringenes preferanser. Dette kan også ha med at Blafre har hatt en yngre målgruppe tidligere og dette uttrykket tror jeg kanskje appellerer mer til yngre barn. Men siden dette produktet skulle være i alder opp til 12 år, så spurte jeg:

Kanskje jeg skulle utfordre Blafres estetikk? Prøve å gå i en litt annen retning?

Derfor er uttrykket på verdenene på UNDRÉ ganske ulikt dagens strek på Blafres produkter.

Hvis du ser på uttrykket på manetene i *havets dyp* så har de et mer realistisk/naturalistisk uttrykk, myke overganger mellom ulike farger, et litt "malt" uttrykk, noen av trekkene forsterket og de fremstår litt søre og rare.

Selvløsende formelementer på festemekanismene

For å tilføre mer lekeverdi er det også selvløsende elementer på festemekanismene. Da jeg utviklet festemekanismene så jeg at de lignet på ulike dyr og vesener. "Dette ser ut som et gap" eller "dette hullet kan være øye". For å ikke bruke et uttrykk på disse formelementene som kolliderer med uttrykket på verdenene valgte jeg å bruke U-en fra logoen. I dagslys vil dette være usynlige og uttrykket på festemekanismene vil være nøytralt. Når man tar de inn i mørket, kommer de til liv.

Langtlevende estetikk og forslag til videre bærekraftige tiltak

Langtlevende estetikk

Hvis det er et produkt som brukerne skal ha i mange år, bør estetikken også være "langtlevende". Hvis brukerne ikke liker utseendet etter noen år, vil de kanskje kaste det. Det kan være utfordrende å designe et langtlevende produkt i et marked som forandrer trender (og kanskje spesielt farger) ganske raskt. Men det er positivt at flere av produktene til Blafre har vist seg å være populære over lengre tid. Eksempler på det motsatte, kortvarige trender er "Slim" og "fidget spinner".

Hvis UNDRE etterhvert skal brukes som sengeteppe og gardin kan eldre barn ha blitt lei av de selvlysende figurene. Da kan de snu det og få den nøytrale fargen ut.

Produksjon i Norge?

I samtaler med Blafre snakket vi om muligheten til å produsere UNDRE i Norge. Jo enklere form og måter det kunne settes sammen på, dess mer sannsynlig ville det være at dette kunne være en mulighet. Derfor har jeg også prøvd å forenkle designet slik at det er en mulighet.

Utskiftbare deler

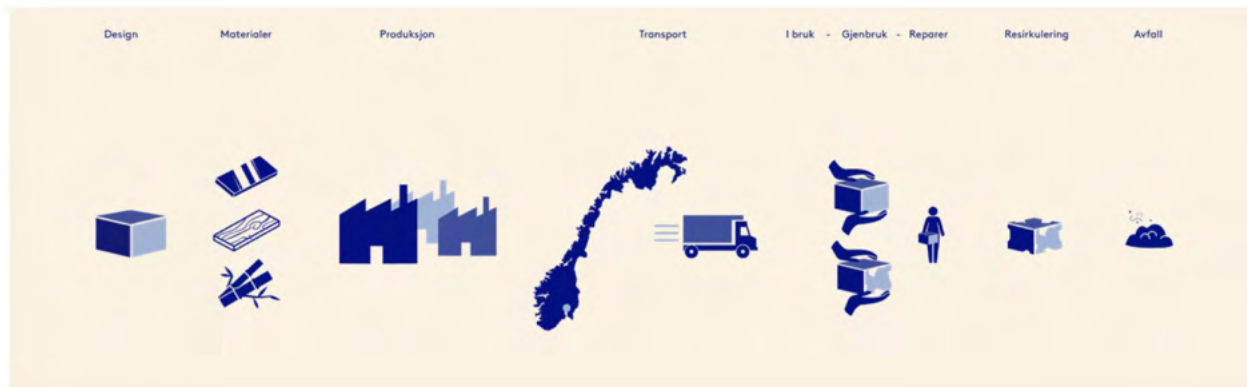
Det bør være mulig å kjøpe nye deler hvis noe er gått i stykker, mistet eller er edelagt. Dette gjelder spesielt festemekanismene og tавet.

Få deler

Jeg har prøvd å forenkle designet ved å ha få deler. Det å ta i bruk gjenstander som allerede er i hjemmet reduserer behovet for antall deler som må kjøpes.

Panteordning

En ordning hvor kunder kan komme å levere sine slitte/gamle/edelagte Blafre produkter som ikke fungerer lengre til butikken de kjøpte det fra. Ved siden av Blafre-produktene står det en boks som det er tiltenkt disse slitte og gamle produktene, så kan de få rabatt på neste Blafre produkt de kjøper.



8. Produkt- og konseptforslag- UNDRE

I dette kapittelet vil du kunne lese om det endelige produkt- og konsept forslaget, gjennom en historie. Til sist i kapittelet vil du kunne lese om brukertest og tilbakemeldinger på produkt.

To verdener

Med UNDRE kan du dra på telttur i din egen stue. Se opp på fascinerende nordlys eller dykke ned i de dype hav med selvlysende maneter og merkelige kreasjoner.



**Multifunksjoner/ulike kontekster
- Gjennom dagen og gjennom
livet**

UNDRE er et multifunksjonelt tekstil som barn kan vokse med: et sengeteppe, en gardin, et leketelt, en sengehimmel eller et sceneteppe.



Jakob på 6 år bruker UNDRÉ gjennom hele dagen

Når Jakob står opp om morgnen, er det en fin motivasjon for å re opp senga å legge på UNDRÉ-sengeteppe. Om dagen lades motivene av dagslys og andre lyskilder i rommet. Når Jakob er hjemme igjen fra skole eller barnehage pleier han å hente UNDRÉ fra senga å lage telt i stua. Han fester det til vinduskarmen, den store lenestolen og bokhylla med alle pappas bøker. Det er mange forskjellige måter å sette det opp på. Det er det som gjør det så gøy!

Forrige gang satte han og Sindre det opp på terrassen. Nå er Jakob ferdig med å feste teltet, han er spent på å se hvor sterkt figurene lyser i dag. Han har gitt de egne navn, den ene heter "Bobla", en annen heter "Mini-grønn" og en heter "Sebastian Den store". Jakob henter puter og kosedyr fra rommet. De skal også få være med på en "tur under vann." Både bamsene og Jakob legger seg ned og ser opp i taket. Det er deilig å være litt alene. Han lyser på "Bobla" med lommelykten. Ved siden av kommer det også til syne noe han ikke har sett før. Er det en hatt, eller en fisk? Jakob blir overraska og glad. Hvor kommer den fra? Nå er det bare han som vet om dette. Det er Jakobs lille hemmelighet.

Mamma roper: " Nå er bestemor her!". Jakob bestemmer seg for å lage et dukketeater for bestemor. Han spør pappa om hjelp til å henge opp tauet og legge UNDRÉ over. Vipps så er det blitt et sceneteppe. Mia, Jakobs lillesøster får også lov til å være med. De bruker bamsene som dukker og forteller om da bamsene svømte over det store havet og møtte mange snakkende maneter og fisker på

veien, de møtte til og med en "Bestemor-manet". Mamma, pappa og bestemor synes fortellingen var flott og klapper i hendene.

Når forestillingen er over og Jakob skal legge seg, løper han inn på soverommet med en lommelykt for å vise bestemor UNDRÉs magiske selvlýsende verden. I dag har han lyst til å henge den over senga så det blir en sengehimmel. Bestemor hjelper til med å henge det opp og Jakob fester noen hemper til hodegjerdet på senga. Jakob synes det er trygt å se opp på de selvlýsende manetene, for Jakob er nemlig litt redd når det er mørkt. Bestemor lister seg ut av rommet. Jakob har allerede sovnet.

Noen år senere er Jakob blitt 13 år og ungdom, han har lyst på litt forandring på soverommet. Han vil at det ikke skal være så barnslig lengre, han rydder vekk alle bamsene og lekebilene. I stedet for å bruke UNDRÉ som leketelt og sengehimmel henger han det opp som en gardin med den blå siden vendt ut i rommet. Dette passer mye bedre til hans stil. Mia må vente litt til før hun kan arve UNDRÉ, for Jakob trenger det litt til.

UNDRÉ - gjennom dagen og gjennom livet!

Tilbakemelding og brukertesting

Brukertest med jente på 5 år

Jeg testet produktet på ei jente på 5 år, hun som sees på bildene.

Forståelse av produktet

Hun begynte å sette sammen og prøve festemekanismene med en gang. Hun testet ut hva som fungerte. Det virket som om det var intuitivt og greit å forstå hvordan de ulike festemekanismene fungerte. Hun prøvde å sette en karabinkrok rundt et stolbein, men fant ut at det ikke gikk. Stolbeinet var for stort. Da måtte hun bruke en annen måte. Hun brukte en strikk i stedet. Her var det problemløsning i praksis.

Høy lekeverdi

Hun lekte med produktet helt fra begynnelsen av, fra hun åpnet sekken. Jenta prøvde å forstå hva alle delene var og testet ut ulike bruksmåter.







Hun tok frem tauet med de to ringene i enden og spurte:

“Er dette et hoppetau?”

Så hoppet hun tau med det en stund.



Da duken bare hang rett ned på begge sider av tauet som gikk over rommet, ble det et fint gjemmested.

“Ser dere meg nå?”

“Ser dere hatten? Ser dere
foten?”


Videre brukte hun det som en tunnel og gikk gjennom det om igjen og om igjen.





“Disse
kan være
armbåndene
mine.
Armbånd!”

Se hun om en av festemekanismene og
trekke det på hånden.



“Vi burde knytte
den knuten her så
blir det en zipline”

“Jeg er en
zipline!”

“Det er
englevinger.
Nei, en kappe! “



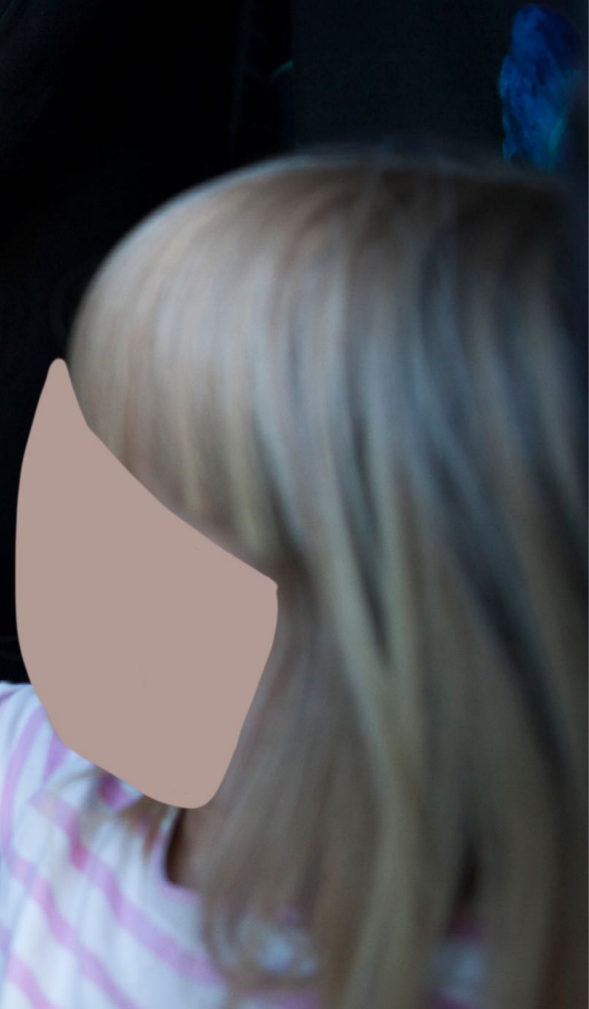


Da hun så de selvlysende figurene ble hun tydelig engasjert.

“Oi, det lyser!”

Jenta studerte figurene og sammenlignet de med hverandre. Hun testet med lommelykt om hun kunne lade det som var selvlysende. Så undersøkte hun forskjellen på de selvlysende figurene i dagslys og i mørke.

“Det ser ut som druer!”





Da jenta skulle sette opp teltet for andre gang, denne gangen med faren sin, var hun "ekspert".

"Vil du komme inn i teltet pappa?"

"Jeg vet hvordan jeg gjør det. Jeg kan vise deg!" "Sett stolen ned. Ja!! Det ble bra."

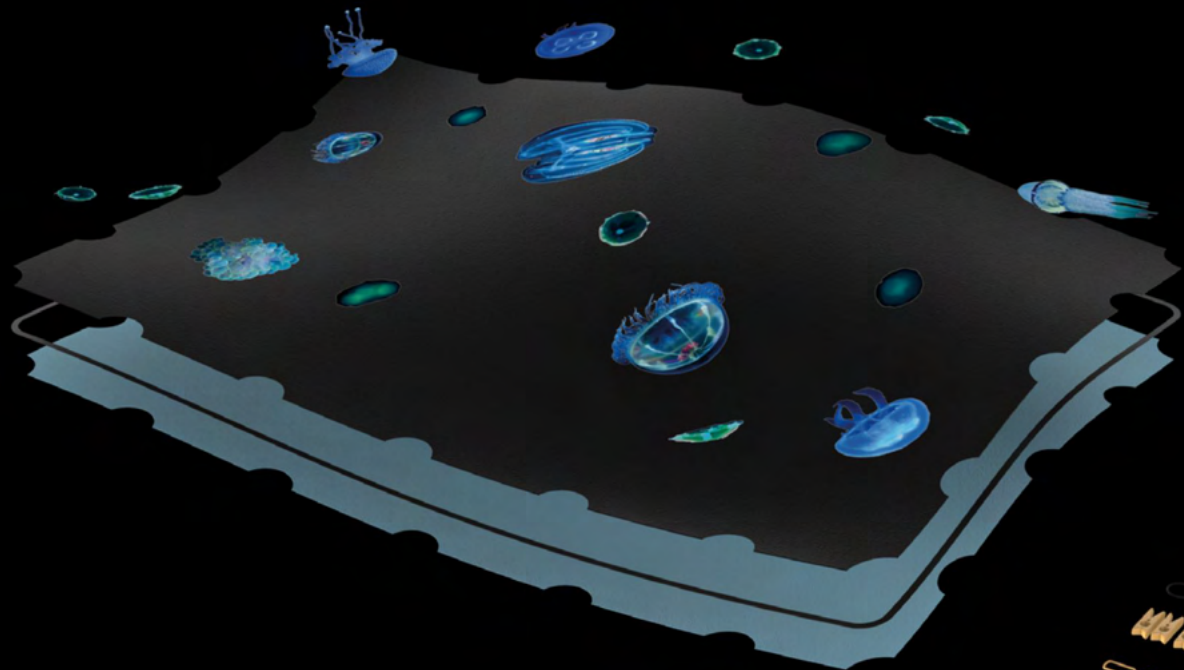
**"Jeg er flinkere enn deg"
"Oi, disse kan også festes til hverandre"**

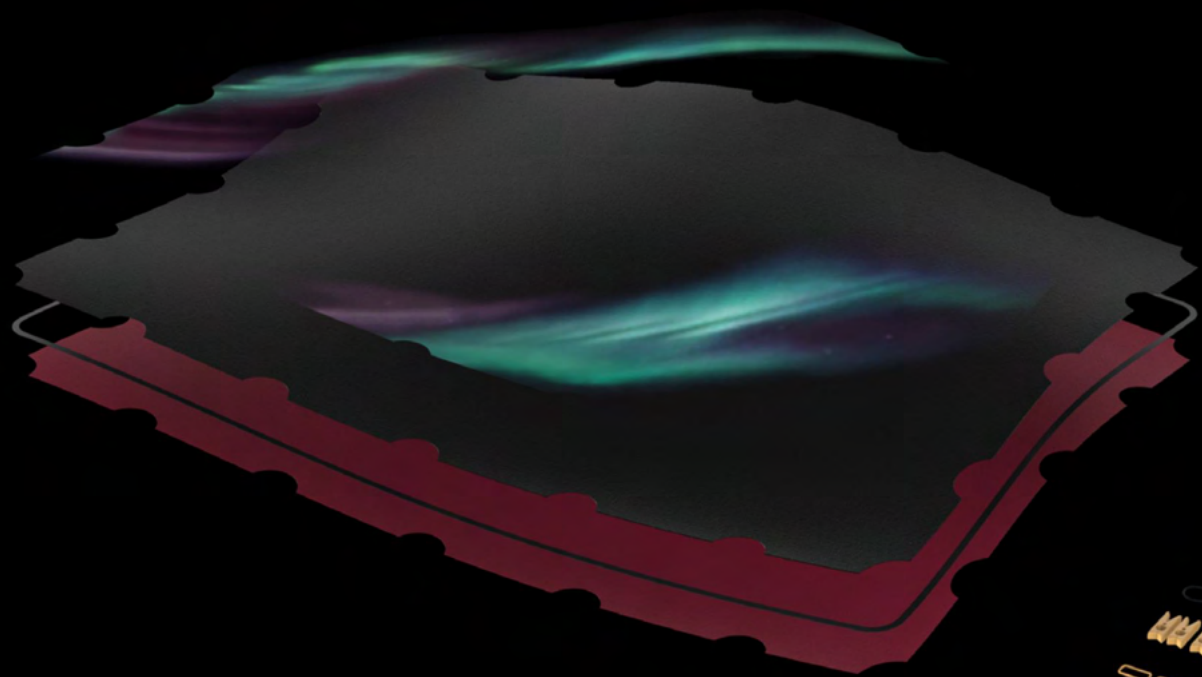
Det var tydelig at dette ga stolthet og meistringfølelse. Videre da hun lekte i og beundret det hun hadde satt opp sa hun:

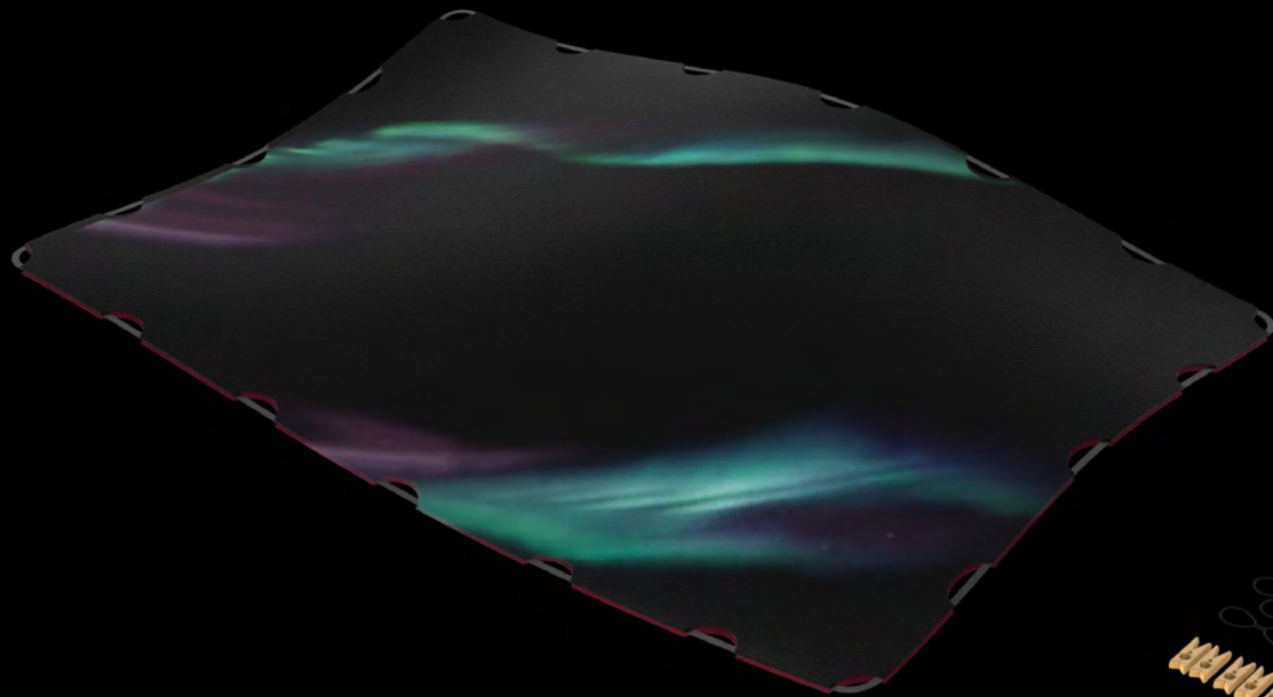
" Dette er ikke et telt, men et slott!"













9. Veien videre, refleksjoner og konklusjoner

Videre mulig utvidelse av konseptet

Produktfamilie

Gjennom designprosessen og tilbakemelding fra målgruppen fant jeg ønsker og behov for flere bruksområder enn det jeg valgte i dette produktet.

Derfor ser både Blafre og jeg et potensiale i å utvide til en produktfamilie med multifunksjonelle tekstiler. Kanskje neste UNDRE-produkt kan være en blanding av et pledd, kappe, hengekøye og sitteunderlag?

“Hvis vi produserer dette produktet, så kan vi se hvordan brukerne og markedet tar det imot, så kan det eventuelt utvides til en serie med multifunksjonelle tekstil.”

(Remi David Fagervik, 2018)

Videre steg og vurderinger i prosessen mot produksjon

Fasen produktet i denne masteroppgaven har kommet til er tidlig prototype. Før et produkt settes i produksjon må det, som regel, gjennom mange iterasjoner. Her er det viktig å påse at de viktigste kravene blir overholdt, men det kan det hende man må gjøre noen kompromisser på enkelte områder. Det er mange valg og hensyn som må tas videre i prosessen mot en eventuell produksjon.

Neste steg for UNDRE

Brukertesting

Gjenta testing av produktet på barn i ulik alder for å påse god brukervennlighet, riktige dimensjoner, god ergonomi og funksjonalitet på alle elementene. Jeg hadde ønsket å gjøre flere brukertester i sluttfasen av prosjektet, men dette var det ikke mulighet til innenfor det gitte tidsrommet.

Er det mulig og ønskelig å utvide til hengekøye-funksjon i dette produktet?

Hengekøye var lenge med som en av funksjonene i designet, men ble fjernet da fokuset først og fremst skulle være på leketelt. Jeg mener formen og festemekanisme lar seg kombinere med denne funksjonen, men hvis vi skal videreutvikle produktet til å være en hengekøye, så må styrken på de ulike materialene vurderes nøyere, samt at man må se nærmere på sikkerheten ved bruk i denne situasjonen.



Er det mulig og ønskelig å utvide til at produktet kan brukes ute?

Mulighetsrommet og leke-verdien vil utvides hvis dette blir en mulighet. Det vil da sette enda større krav til produktet og dets egenskaper.

Selvlysende detaljer på festemekanismene

De selvlysende detaljene på festemekanismene på vi jobbe videre med.

DIY elementer

Vi har diskutert om det i settet også skal følge med noen DIY selvlysende elementer, for eksempel at barna klipper ut former eller henger opp figurer. Det kan hende dette gjør settet for komplekst. Vi må finne ut av måten det eventuelt skal gjøres på og om det styrker konseptet eller ikke.

Materialer

- Velge type tekstil med ønskede egenskaper.
- Finne de beste løsningene for å balansere materialets egenskaper og miljøbelastning

Festemekanismer

- Velge festemetode for kantbånd og festebånd
- Bestemme endelig antall festemekanismer

Tauet

I prototypen fikk jeg tak i bare 10 mm tykt tau i det materialet jeg ønsket. Dette bør være mindre, for eksempel 8 mm.

Klypen

Her må vi jobbe litt videre med designet. Kanskje det går an å redusere litt på bruken av materialet?

Vi må også balansere hvor mye kraft fjæra trenger for å få feste til allerede eksisterende ting og hvor mye kraft en barnehånd har for å klemme sammen fjæra. Vi må se på hvilken aldersgruppe vi ønsker skal kunne bruke klypen. Bør det være helt fra 3 år? Eller er det greit fra 5 år? De yngste barna kan kanskje bruke de andre festemekanismene?

karabinkrok

Vi må se på styrken til materialet. Tåler det belastningen som disse krokene bør tåle? Eller bør denne festemekanismen være produsert i et annet materiale?

Uttrykket på de selvlysende elementene/dekorasjonene

I siste møte diskuterte vi uttrykket til de selvlysende elementene/dekorasjonene. Her vil vi se om vi kan videreutvikle uttrykket og få en tydeligere strek.

Produksjon

- Hvor og hvordan skal det produseres?
- Skal de figurative og selvlysende elementene trykkes på eller broderes?

Sikkerhet

- Som nevnt i kapittelet 8 må produktet gjennom flere sikkerhets tester for å påse at alle nødvendige sikkerhetskrav følges.

Svaret på disse spørsmålene avhenger av flere forhold:

1. Hva Blafre ønsker.
2. Hva som gir det ønskede uttrykket.
3. Hvilke materialer vi velger og hvilke egenskaper disse har.
4. Hvilke produsenter Blafre har samarbeid med eller kommer i kontakt med.
5. Hva som er mulig i produksjon.
6. Kostnader og inntjening.
7. Krav til sikkerhet.
8. Lover og regler.



Refleksjoner rundt prosessen

Tidlig i prosessen forsøkte jeg raskt å scope og definere prosjektet. Dette har vært fordelaktig, fordi da hadde jeg helt fra starten tydelige rammer og mål å vurdere konseptet opp i mot.

Det var nyttig å ha tett brukerkontakt i prosjektet. Det hjalp meg til å ta valg og teste grundig hva som fungerte og ikke fungerte. Et eksempel på det er at jeg hadde workshop med de 10 6.klassingene. Hvis jeg ikke hadde hatt den hadde jeg sannsynligvis hatt byggesett/skjelett som en del av løsningen lenger i prosessen. I workshopen fant jeg ut at det kunne være vanskelig å designe et produkt som fylte alle kriteriene som et slikt byggesett burde ha og samtidig være tilpasset målgruppens ferdighetsnivå. Barna var ærlige og så akkurat det de mente, både om ting de likte og ikke likte. Det var en positiv erfaring og en fordel å jobbe med barn som målgruppe. Det tror jeg er en av fordelene med å jobbe med barn som målgruppe.

I tillegg har jeg hatt tett bedrifts-kontakt med Blafre, med jevnlige møter og gjennomgang.

Dette samarbeidet har vært givende. De har delt av sin kunnskap om bedriften, målgruppen og markedet. Samtidig har de ønsket å ikke påvirke meg for mye i designprosessen. Blafre ønsket å gi meg muligheter til å gå i retninger de ikke nødvendigvis hadde tenkt på selv, men som likevel kunne være relevante.

Etterhvert som det nærmet seg valg av materialer, detaljering av form og produksjon, var det nyttig og fint å få tydelige og raske tilbakemeldinger på gjennomførbarhet. For eksempel:

“Denne delen blir litt komplisert. Kan vi gjøre den enklere?”

“Hvis vi velger den produksjonsmetoden vil det bli mer gunstig økonomisk.”

Dette viser hvor viktig det er underveis i designprosessen å teste produktet på brukere, få tilbakemeldinger fra samarbeids-bedriften og fortelle andre om konseptet. Deres tilbakemeldinger kan bidra til at man tar de riktige valgene og stegene videre. Da tror jeg man blir bedre i stand til å designe produkter som er relevante og attraktive for målgruppen.

I denne rapporten har jeg forsøkt å vise at dette produktet er "desirable, viabel and feasible".



Balanced breakthrough model

Refleksjon rundt måloppnåelse

Har jeg nådd resultat-, effekt- og hovedmålet jeg satte tidlig i prosjektet?

Hovedmålet med denne oppgaven var å utvikle et produkt med høy lekeverdi som barn kan utvikle et emosjonelt bånd til slik at de kan skape gode minner og opplevelser og et ønske om å ta vare på produktet over tid.

Dette mener jeg UNDRÉ oppfyller.

Jeg mener Blafres merkevare og verdier har blitt videreført gjennom UNDRÉ. Disse er beskrevet i delkapitlet *Hvem er Blafre Toolkit* under Kontekst og Scope. Det er elementer av Det norske i produktet, gjennom de ulike verdenenes historiefortelling.

Jeg syntes det var spesielt spennende å utforske de områdene hvor Blafre ikke er så sterkt til stede i dag, men vurderer om de skal gå inn i fremtiden: Produktet har blitt, som målet også var, en slags kombinasjon av en leke og en bruksgjenstand/barnemøbel/interiør. Det er en utfyllelse av Blafres leke- og interiør sortiment. Gjennom produktet har jeg foreslått et tredimensjonalt formuttrykk, basert på produkt tegn og overdimensjonerte former som også gir nostalgiske assosiasjoner. En annen retning Blafre har vurdert å gå i fremtiden er å tilby aktiviteter og opplevelser i tillegg til produktet. UNDRÉ er med sin åpne løsning et produkt som gjør det lett å kombinere med opplevelser og aktiviteter.

Når man ser på dette produktet er det ikke sikkert man tenker "dette er et Blafre produkt".

Jeg har forsøkt å ikke blindt kopiere deres visuelle uttrykk, men også komme med forslag på videre retning. Likevel er det er mulig at vi må tilpasse for eksempel detaljer, proporsjoner og strek slik at det minner mer om Blafre.

Produktet har et tydelig miljøfokus gjennom valg av materialer og mulighet for multifunksjonalitet. Virkemidlene som er lagt inn for å skape bånd mellom bruker og produktet øker sannsynligheten for at målgruppen ønsker å ta vare på produktet over tid.

Jeg har fått tilbakemeldinger på at dette produktet vil appellere til brukere i et stort aldersspenn. Blant annet 5, 11 og 26 år.

Produktet UNDRÉ har potensiale for å skape unike historier i barns minner. Dette fordi produktet kanskje er ulikt produkter barn har brukt før, ved for eksempel at de kan bruke det på mange måter, i ulike situasjoner og sammen med andre. De kan få nye opplevelser i møtet med de selvlivsende verdenene.

Gjennom den taktile erfaringen med tekstilet vil minnet forsterkes, siden det å kombinere ulike sanser gjør at vi husker bedre. Produktet kan hjelpe foreldre til å se tilbake på da de var barn og lagde slike telt/huler hjemme i stua. UNDRÉ kan bidra til å overføre minner og måter å leke på mellom generasjoner. Både produktet og opplevelsen kan gå i arv.

Den åpne formen UNDRÉ har, inviterer barn til å improvisere, skape, eksperimentere og å se muligheter.

10. Referanser og kilder

Bøker

Chapman, J. (2015). Emotionally durable design objects, experiences and empathy. London: Routledge, Taylor & Francis Group.

Hansson, H. (2016). En barnehage til begjær: å gi form til barnehagens innhold. Bergen: Fagbokforlaget.

Lerdahl, E., & Finne, P. (2007). Slagkraft: håndbok i idéutvikling. Oslo: Gyldendal.

Moné, Rune. (1997) Design for product Understanding. Stockholm: Liber.

Mylesand, Mia. (2008) Bygg & konstruksjon i barnehagen. Oslo: Pedagogisk forum

Øksnes, M. Branstad, E. S. (2014). Leketøyets lekeverdi, På spor etter lek. Bergen: Fagbokforlaget.

Annet trykt materiell

Blafre PR Brosjyre. (2016).

Trend Bible. (2017). Cramped Living 2019-Learning to Live Well in Smaller Homes. London: Trend bible ltd.

Trend Bible. (2017). Generation Youtube 2019: How to Connect, Engage and Inspire Digital Children. London: Trend bible ltd.

Webartikler

"750 000 arter i havet fortsatt ikke oppdaget - forskning.no", Hentet 14. mai 2018. <https://forskning.no/havforskning-sjodyr/zoologi/2010/10/750-000-arter-i-havet-fortsatt-ikke-oppdaga>

"Blafrefamilien - Om oss | BLAFRE." Hentet 13. mai, 2018. <https://www.blafre.com/privat/om-oss/om-oss>

"Dagens foreldre er historiens verste når det gjelder å gi barna frihet... - Aftenposten." Hentet 13. mai 2018. <https://www.aftenposten.no/meninger/debatt/111jg/L/Dagens-foreldre-er-historiens-verste-nar-det-gjelder-a-gi-barna-frihet-Hedvig-Montgomery>

"Ekko - NRK Radio" Hentet 13. mai, 2018. <https://radio.nrk.no/serie/ekko/MDSP25005518/19-03-2018>

"Eventyrlig resultat for nordlyskampanje - visitnorway" Hentet 14. mai 2018. <https://www.visitnorway.no/innsett/nyhetsartikler/even-tyrlig-resultat-for-nordlyskampanje/>

"Har du sett lyset? - Dagsavisen" Hentet 14. mai 2018. <https://www.dagsavisen.no/reise/har-du-sett-ly-set-1.295852>

"Havets hemmelige uhyrer - Nysgjerriger" Hentet 14 mai 2018. <https://nysgjerriger.no/Artikler/2016/avgust/havets-hemmelige-uhyrer>

"Kunnskap - Passion for ocean", Hentet 14. mai, 2018. <https://www.passionforocean.no/kunnskap/>

"Lindmo 07.04.2018 - samtale med Line Elvdsågen og Pia Ve Dahlen" Hentet 13. mai, 2018. <https://tv.nrk.no/serie/lindmo/MUHU11001218/07-04-2018#p=30m14a>

"Manet med nøkkel til evig liv - NRK" Hentet 13. mai 2018. <https://www.nrk.no/viten/manet-med-nokkel-til-evig-liv-1.8862664>

"Mestringsfølelse avgjørende for å lære - familieverden.no" Hentet 12. mai, 2018. <https://www.familieverden.no/lek-og-laering/mestringsfoelse-avgjorende-for-a-laere/>

"Nordlys - Store norske leksikon." Hentet 14. mai 2018. <https://snl.no/nordlys>

"Norges evne til nyskaping starter i barnehagen - Nye Meninger." Hentet 13. mai 2018. <https://www.dagsavisen.no/nyemeninger/norges-evne-til-nyskaping-start-er-i-barnehagen-1.1136352>

"Når barn får bildekk, tepper og ror, kan de leke i timesvis i barnehagen.... - Utdanningsnytt" Hentet 13. mai, 2018. <https://www.utdanningsnytt.no/forste-steg-debatt/2017/september/lekemateriell-er-av-stor-betydning-for-leken/>

"Richard Neville: How can we give our kids a brighter future? - TED Talks." Hentet 13. mai 2018. <https://www.ted.com/watch/ted-institute/ted-unilever/richard-neville-how-can-we-give-our-kids-a-brighter-future>

"Slimete trend - NRK Buskerud - Lokale nyheter, TV og radio." Hentet 13. mai, 2018. <https://www.nrk.no/buskerud/slimete-trend-1.13559236>

"Spredning av nye ideer og produkt - Rogers diffusjonsmodell - lederkilden.no" Hentet 13. mai, 2018. https://www.lederkilden.no/tema/strategi_virksomhetsutvikling/salg_og_marked/rogers-diffusjonsmodell#22665220

"The 4 Fields of Industrial Design: No, not furniture, trans, consumer.... - corref77.com" Hentet 13. mai, 2018. <http://www.core77.com/posts/12232/the-4-fields-of-industrial-design-no-not-furniture-trans-consumer-electronics-toys-by-bruce-m-thorp-and-stephanie-m-thorp-12232>

"Topic: Identity - OSLO DESIGN FAIR." Hentet 13. mai, 2018. <http://oslo.designfair.no/en/topic-identity/>

"Utrolige selvyvendende havdyr - National Geographic", Hentet 14. mai 2018. <http://natgeo.no/dyr/havdyr/utrolige-selvyvendende-havdyr>

11. Takk til

Veilederne mine- Nina Bjørnstad, Vera Pahle og Marthe Stine Liland Richardsen

For gode veiledninger, faglige diskusjoner, kritiske spørsmål, engasjement og råd ved veivalg

Blafre- For muligheten til å samarbeide, for tilliten og rommet dere har gitt meg, for deling av erfaring og kunnskap, for entusiasme og varme

Alle familiene- barn og foreldre, som satte av tid og svarte på undersøkelsen jeg sendte i posten

De 10. ó klassingene på en Oslo-skole- For dere kreativitet, glede og iver.

Kjæreste, familie og venner for entusiasme, forståelse, råd, heing og hjelp:

Agnar, Mamma, Pappa, Marlene, Skjalg, Rolf Åsmund, Silje-Katrine, Magnus, Gunhild, Dag, Marit, Håkon, Ingrid, David, Emilie, Elise, Shamira, Ingrid, Ylva, Tango & Alberto

12. Vedlegg

Workshop:

Ark med oppgaver utfylt av barna i workshopen

Tegninger av drømme leketelt fra workshop og design probe, og forslag til motiv på duken

Design probe:

Teksten som var lagt ved design probet jeg sendte ut til 13 familier

Møte med Blafre:

Oversiktsark vi brukte som et verktøy for å definere brief og prosjekt desember 2017



Skal vi
UNDRE?

