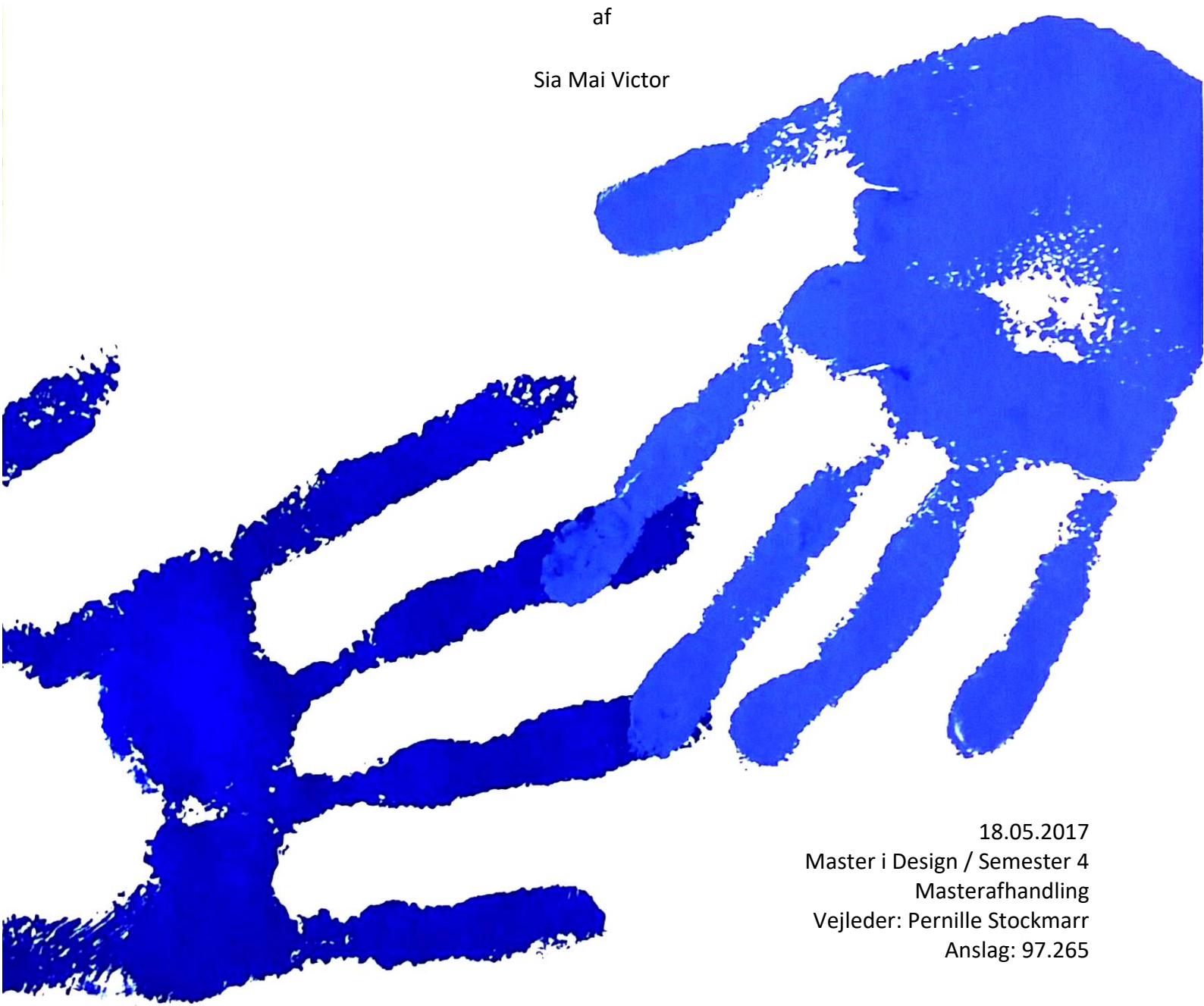


Kunsten at være kunsthåndværker

- en undersøgelse af hvilke udfordringer det har for kunsthåndværkerens professionsforståelse at gå ind i et samarbejde med den kommercielle designverden.

af

Sia Mai Victor



18.05.2017
Master i Design / Semester 4
Masterafhandling
Vejleder: Pernille Stockmarr
Anslag: 97.265

1 Abstract

This paper investigates consequences for the artisan entering a cooperation with a producer or the commercial design scene. Considering the changes in our society and the global structure compelling the Danish Art Industry in the beginning of the 20th century to convert their production to outsourcing in low-production-cost countries.

The aim of this paper is to gain knowledge about parameters defining the artisan self-understanding and using that, illustrating how the artisan can contribute qualities and values in cooperating with the design world; while the design world needs an understanding of the other ways artisan has to expressing a design process than a designer.

The paper concludes that the artisan is communicating through the material and the crafts whereas the designer is communicating with stakeholders. To establish this cooperation the artisan and the design world need to compromise regarding their habits and values in relation to developing new products. If, however, this trust can be established so that the artisan attempt to communicate and visualize ideas and projects into the design process and the design world embraces the artisan craft skills, an enhanced value can be added to products through new techniques in the production unit.

Theories and methods used for the qualitative investigation are inspired by the professional practice analysis of Dana Cuff. Theories about product semantics by Klaus Krippendorff and iterative processes by Bryan Lawson have contributed.

Five qualitative interviews of Danish ceramics crafts professionals outline the empiric parts of the paper supported by contemporary views of crafts and design processes from a 20-years change perspective

2 Abstrakt

Afhandlingen undersøger, hvilke konsekvenser det får for kunsthåndværkeren at gå ind i et samarbejde som designer med en producent eller med den kommercielle designverden. Ud fra den betragtning af, hvad der er sket af ændringer i vores samfund og i den globale struktur, der har medvirket til, at den danske kunstindustri i begyndelsen af det 20. århundrede, så sig nødsaget til at omlægge deres produktioner og lægge den ud i outsourcing til steder i verden med lavere produktionsomkostninger.

Formålet med afhandlingen er at skabe en forståelse for hvilke parametre, kunsthåndværkerens selvforståelse er sammensat af, og ud fra den forståelse kunne anskueliggøre, hvordan kunsthåndværkeren kan bidrage med kvaliteter og værdier i et samarbejde med designverden, og hvordan der omvendt fra designverden også må være forståelse for, at kunsthåndværkeren har en anden måde at udtrykke sig i sin designproces end industridesignerens.

Afhandlingen kommer frem til, at kunsthåndværkerens kommunikation går mod materialet og håndværket, mens designerens kommunikation går mod stakeholders i processen, og hvis et samarbejde skal etableres, må både kunsthåndværker og designverden være indstillet på at gå på kompromis med sine vaner og værdier i forhold til udvikling og produktion af nye produkter. Men oprettes denne tillid hvor kunsthåndværkeren er indstillet på at kommunikere og visualisere sine ideer og projekter ud i designprocessen, og designverden tager vare på kunsthåndværkerens håndværkskyndighed, kan det resultere i, der kan skabes produkter med nye teknikker inden for produktionsenheden, der kan give merværdi i slutproduktet.

Metodisk og teoretisk er afhandlingen opbygget med inspiration af Dana Cuffs professionsundersøgelse, som danner rammen om den kvalitative undersøgelse. Derudover findes der støtte i designteori om produktsemantik og iterative designprocesser, for at anskueliggøre kommunikationen og den dynamiske bevægelse i designprocessen, her er Klaus Krippendorff og Bryan Lawson inddraget.

Afhandlingens empiri er skabt af fem kvalitative interviews med fem danske keramikuddannede kunsthåndværker og eksisterende opfattelser af kunsthåndværks- og designprocesser - set i et perspektiv af samtidens sidste 20 års forandringer.

Indhold

1	Abstract.....	2
2	Abstrakt.....	3
3	Del 1: Indledning.....	5
4	Problemformulering	Fejl! Bogmærke er ikke defineret.
4.1	Genstandsfelt	Fejl! Bogmærke er ikke defineret.
5	Metode	Fejl! Bogmærke er ikke defineret.
5.1	Dana Cuffs metode.....	Fejl! Bogmærke er ikke defineret.
5.1.1	Undersøgelsens opbygning.....	Fejl! Bogmærke er ikke defineret.
5.2	Steinar Kvale.....	Fejl! Bogmærke er ikke defineret.
5.2.1	Interviewguide - forberedelse	Fejl! Bogmærke er ikke defineret.
6	Teori.....	Fejl! Bogmærke er ikke defineret.
6.1	Designteori	Fejl! Bogmærke er ikke defineret.
6.1.1	Klaus Krippendorff	Fejl! Bogmærke er ikke defineret.
6.1.2	Bryan Lawson iterative designproces.	Fejl! Bogmærke er ikke defineret.
6.2	Dana Cuff's teoretiske ståsted	Fejl! Bogmærke er ikke defineret.
6.2.1	Dana Cuffs 4 dualistiske dialektikker	Fejl! Bogmærke er ikke defineret.
7	Empiri.....	Fejl! Bogmærke er ikke defineret.
7.1	Generelle kriterier for empirien.....	Fejl! Bogmærke er ikke defineret.
7.2	Litteraturen	Fejl! Bogmærke er ikke defineret.
7.3	Interviews - informanter	Fejl! Bogmærke er ikke defineret.
7.3.1	Kriterier for informanter	Fejl! Bogmærke er ikke defineret.
8	Definitioner og afgrænsninger	Fejl! Bogmærke er ikke defineret.
8.1	Definitioner	Fejl! Bogmærke er ikke defineret.
8.2	Afgrænsning	Fejl! Bogmærke er ikke defineret.
9	Struktur og opbygning	Fejl! Bogmærke er ikke defineret.
10	Del 2: Kunsthåndværk og design baggrund.....	Fejl! Bogmærke er ikke defineret.
11	Del 3: Analyse	Fejl! Bogmærke er ikke defineret.
11.1.1	Kunst produktion	Fejl! Bogmærke er ikke defineret.
11.1.2	Egen produktion af støbt keramik	Fejl! Bogmærke er ikke defineret.
11.1.3	Egen produktion af drejet keramik.....	Fejl! Bogmærke er ikke defineret.
11.1.4	Samarbejde med flere aktører i designverden	Fejl! Bogmærke er ikke defineret.
11.1.5	Egen unikproduktion i pleksiglas.....	Fejl! Bogmærke er ikke defineret.
11.2	Overvejelser om interviewform og struktur i samtalen..	Fejl! Bogmærke er ikke defineret.
11.3	Kunsthåndværkets 2 dialektikker.....	Fejl! Bogmærke er ikke defineret.
11.4	Individuel udviklingsproces – Kollektiv udviklingsproces	Fejl! Bogmærke er ikke defineret.
11.5	Kunstner ide – forretnings ide.....	Fejl! Bogmærke er ikke defineret.
12	Del 4: Diskussion.....	Fejl! Bogmærke er ikke defineret.
13	Konklusion	Fejl! Bogmærke er ikke defineret.
14	Perspektivering/ Evaluerings.....	Fejl! Bogmærke er ikke defineret.
15	Referenser.....	Fejl! Bogmærke er ikke defineret.
16	Figurliste	Fejl! Bogmærke er ikke defineret.

3 Del 1: Indledning

Den virkelighed som kunsthåndværkeren i dag befinder sig i, har andre og nye muligheder, når det kommer til at producere egne produkter og få dem ud til kunderne, end det var tilfældet for 20 år siden. Vi er i en periode hvor de økonomiske omstændigheder og den globale struktur har været årsag til reelle omlægninger i produktion af dansk design. Grænserne mellem kunsthåndværk og design er i dag anderledes flydende, gennem ny teknik som har skabt helt andre produktionsmuligheder for den enkelte kunsthåndværker, kunstner, designer og for de store kommercielle brands.

Den nye teknologi, der er tilgængelig i dag, åbner op for, at kunsthåndværkeren får nye redskaber og potentialer, som man kan vælge at udnytte i sin praksis. Redskaber, der ikke bare kan optimere eksisterende produktionsformer, men ændre dem og give nye muligheder til designprocessen og udvide den enkeltes afsætningsmuligheder. Fx er det 3D print, der i dag både bliver brugt kunstnerisk og eksperimenterende og også har fundet sin plads som et nyttigt værktøj i de kommercielle designverdens produktudvikling og produktion.

En anden ny mulighed er brugen af sociale medier, der åbner op for helt andre forudsætninger for markedsføring og salg, der gør det muligt at nå ud til en kundekreds, der tidligere skulle mødes på salgsplatforme, der krævede helt andre ressourcer for den enkelte.

Og endelig i takt med globaliseringen og de ændrede samfundsstrukturer er outsourcing blevet en mulig produktionsmetode, hvor produktionen flyttes ud til steder i verden, som har langt lavere produktionsomkostninger end her i Skandinavien. Dette har også givet grobund for de nye brands med livstils-kollektioner fx Normann, Muuto, Hay, Design House Stockholm og flere, som udelukkende baserer deres produktioner på outsourcing. Flere af de nye brands har i deres opstart brugt kunsthåndværker som designere til deres kollektioner, og de har gjort det med stor succes og opmærksomhed fra omverden.

Denne nye arbejdssituation har skabt nye udfordringer for kunsthåndværkere og designere, for hvad sker der i designprocessen, når udvikling og produktionen bliver skilt ad? En konstruktion som har en lang tradition i dansk design, hvor håndværket og kunstneren i tæt samarbejde har

skabt produktet det der af flere nævnes som det danske design DNA¹ og som sidst i 50'erne skabet begrebet Danish Modern, hvor møbeldesigner, kunsthåndværkere og kunstner som Finn Juhl, Hans Wegner, og Axel Salto var med til at sætte Danmark internationalt på verdenskortet som en design-nation². Produkter der i dag har kultstatus og sælges til rekordpriser på den internationale auktionshuse³.

I takt med de nye livstilsbrands har etableret sig på designscenen, er der gået mode i design. Hverdagstingene er blevet til livstilsprodukter, som her har fået andre betydninger og status udover den funktion de skal opfylde i hjemmet⁴. Her bliver kunsthåndværkerens fornemmeste opgave at skabe smukke funktionelle hverdagsting til hjemmet og til sin kunde i dag transformeret til i stedet at producere produkter, der skal skabe hurtige, overraskende og lystbetonede ting, der skal iscenesætte nutidens bolig. Dette udfordrer kunsthåndværkerens udviklingsproces, som ofte indeholder en langvarig og grundig materialeudforskning til hver produkttype.

Omvendt er der også sket en opblomstring af interessen for det personlige i relation til kunsthåndværket. Det er vigtigt, at "hånden" er synlig i arbejdet og i produktet. Nærheden til "min egen kunsthåndværker i mit eget kvarter" har fået en vigtig status for flere kunder, som vægter betydningen i at have en personlig relation til hende eller ham, som laver netop min kop eller mine tallerkner.

Samme tendens spores også inden for restaurationsbranchen, hvor flere restauranter og kokke i dag prioriterer højt at servicen på bordet er en vigtig del af smagsoplevelsen, de giver deres gæst ved besøget. Dette gøres i et tæt samarbejde med keramikere som udvikler og producere specifik service til deres restaurant. Dette sker fx på restauranterne Geranium, Kong Hans og Frederiksminde.

At kokkene har fokus på potentialet i keramikken, er bare en del af den opmærksomhed som keramikken oplever i dag. Keramikken er "hot", og det ses i indretningen, i magasiner, medier og

¹ Bl.a. sagt af Royal Copenhagens tidligere adm. direktør, Mads Ryder i et interview i Berlingske i 2013, hvor han beskriver udflytningen af produktionen til Thailand i 2009, som "(..), at have hovedet adskilt fra kroppen, (..)".

² Med udstillinger som Design Scandinavia og The Arts of Denmark

³ Bo Bedre, nr. 2 2017 (Holte, 2017)

⁴ Mette Mechlenborg behandler emnet i sin artikel "Formgivning af moderne dansk hjemlighed" (Mechlenborg, 2016)

butikker, der omhandler og handler med livsstil, design og kunsthåndværk. Her får keramikken plads og opmærksomhed, fordi skribenter og indehavere godt ved, det giver mersalg.

Men hvilken betydning har det for kunsthåndværkeren, at deres produkter er blevet til livsstil, og at det for nogen betyder, at det kan være svært at kunne producere sine produkter i forhold til den efterspørgsel deres produkter får fra kunder og forhandlere?

Her ser kunsthåndværkeren sig udfordret af alle disse nye muligheder, der findes for at få produceret sine produkter og få dem ud til kunderne. Jeg ser det hos mine kollegaer, hvor flere af dem er gået ind i et samarbejde med en producent eller den kommercielle designverden. De løser opgaven med succes i forhold til designvirksomhedens kriterier om salg, men ikke alle kunsthåndværkere ser succesen som en gensidig succes. I stedet aner man en frustration hos kunsthåndværkeren over en tilsyneladende manglende forståelse fra opdragsgiver for, hvad fagets oprindelige kvaliteter består af.

Det er oplagt at have fokus på produktets resultat og kvalitet, men kan frustrationens oprindelse ligge dybere og hos kunsthåndværkeren selv i egen selvforståelse (etos-forståelse⁵)?

For at forstå hvad det er, som udløser denne frustrationen, har jeg søgt i litteraturen for at se, hvordan problematikken er blevet skildret og behandlet ud fra et kunsthåndværksperspektiv. Det er min opfattelse, at kunsthåndværkets nye position i forhold til nutidens designpraksis er noget underbelyst - hvad dette gør ved kunsthåndværkerens professionsforståelse? I stedet finder jeg, at der i samtiden, har været større fokus på at formulere definitioner på kunsthåndværkets placering (diskurs) i forhold til den kunstneriske virksomhed (Bull, 2007), (Medbo, 2016) og (Mazanti, 2006).

⁵ Den etos jeg her hentyder til, stammer fra Aristoteles, og er det sociale begreb for skik og vane, der er bestemt af kulturen.

"Der er en kendsgerning at kunsthåndværk og den kommercielle designbranche er new best friends", udtrykker designskribent Charlotte Jul i sin tekst *Kunsthåndværket er vores avantgarde* (Jul, 2016), hvor hun i eksempler illustrerer, hvordan kunsthåndværkets integration med den kommercielle designverden giver udfordringer til begge sider af succesen på det produktmæssigt plan. Det ses her, at kunsthåndværket får opmærksomhed for dets særlige kvaliteter, som efterstræbes i designverden. Og etableres der ikke en gensidig forståelse, kan disse særlige kvaliteter være i farezonen, hvis det som egentlig skaber kunsthåndværkets identitet og virkefelt langsomt udviskes. Diskussionen om hvad disse nye muligheder og grænseudvisningen har af betydning, er derfor afgørende at tage fat i og kigge nærmere i sømmene, for derved at komme frem til en ny forståelse, for kunsthåndværkets profession, der kan være med til at skabe et i nutidigt "best friends" forhold til designverden.