

ingen ting forsvinner



Norsk
Folkemuseum
2007

nothing disappears use – consumption – reuse bruk – forbruk – gjenbruk



Utstillingen er et samarbeid mellom **Fretex**
og **Norsk Folkemuseum**

Prosjektgruppe

Prosjektleder:	Kari-Anne Pedersen
Produksjonsleder:	Mette Opsal
Prosjektmedarbeidere:	Anne Kristin Moe
	Mette Irene Dahl
Utstillingsarkitekt:	Cecilie Thue
Fotograf:	Anne-Lise Reinfelt
Lyssetting:	Ellen Huuse
Grafisk design:	Morten Bing
Teknisk konservator:	Morgan Denlert
	Erikka Wessel

bruk, kast og bruk igjen

Bruk er konkret anvendelse
av utstyr, redskap og varer.

Forbruk er enhver oppbrukning
av varer og tjenester.

Gjenbruk er bruk av gjenstander
eller varer på en ny måte

use, throw away and use again

Use is the concrete utilisation
of equipment, tools and goods.

Consumption is to use up
goods and services.

Reuse is to utilise goods
in new or novel ways.



vi kaster og kaster

Ingenting forsvinner, i følge naturlovene. Selv om ting blir borte, forsvinner ikke stoffene de er laget av. De fortsetter å eksistere i en eller annen sammenheng. Dette kalles *prinsippet om massens konstans*. Selv om stoffene ikke blir borte, kan vi miste kontrollen med dem, slik at gjenvinning blir vanskelig.

Jordas materielle ressurser er begrensede, og det å utvinne råstoffer eller produsere varer krever energi. Ved gjenbruk og gjenvinning kan vi spare verdifulle ressurser av både materialer og energi.



we throw away and we
throw away

Nothing vanishes, according to the laws of nature. Even though things vanish, the materials they are composed of do not disappear. They continue to exist in some combination or other. This is called *the principle of the consistency of mass*. If the materials do not disappear, we may lose control over them, making recycling difficult.

The earth's material resources are limited, and extracting raw materials or producing goods require energy. Through reuse and recycling we can save valuable resources both of materials and energy

et miljøprogram

I vårt fysiske verdensbilde er all materie rundt oss og i oss sammensatt av bittesmå partikler – atomer. Atomene er byggesteiner som gjennom ulike kjemiske og fysiske prosesser blir satt sammen på nye måter til stadig nye stoffer. Slik inngår *all* masse i et gedigent kretsløp. Et kretsløp er en syklus der de samme stoffene opptrer – ofte i ulike forkledninger og sammenstillinger – gjennom hele syklusen. Eksempler er vannets kretsløp og blodets kretsløp. Det er det samme vannet eller det samme blodet som brukes om og om igjen.

I 1987 la en komité ledet av Gro Harlem Brundtland etter oppdrag fra FN fram rapporten *Vår felles framtid*. I denne rapporten ble begrepet *Bærekraftig utvikling* introdusert:

- Bærekraftig utvikling er utvikling som imøtekommer dagens behov uten å ødelegge mulighetene for at kommende generasjoner skal få dekket sine behov.
- En bærekraftig utvikling forutsetter et forbruksmønster som ligger innenfor det økologisk mulige og som vi alle kan oppnå.

FNs store konferanse i Rio de Janeiro i 1992 ble holdt for å følge opp Brundtland-kommisjonens rapport. Resultatet av denne konferansen ble et miljøprogram for det 21. århundre, *Agenda 21*:

Mens fattigdom forårsaker noen former for miljøbelastning, er den viktigste årsaken til den vedvarende forstyrrelse av den globale miljøbalansen de ikke-bærekraftige forbruks- og produksjonsmønstrene i de industrialiserte landene.

an environmental programme

In the world picture presented to us by modern physics all matter around us and that we consist of are composed of tiny particles – atoms. Atoms are the building blocks which through different chemical and physical processes are constantly combined in new ways into new matter. In this way, all matter is part of a vast circulatory system, a cycle in which the same elements or components occur, often in different forms, as in the circulation of water in nature or of blood in the body. It is the same water and the same blood being used over and over again.

In 1987, a committee appointed by the UN and led by Gro Harlem Brundtland, presented the report *Our Common Future*. In this report, the concept of *Sustainable Development* was introduced:

“Sustainable development is development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs”.

A sustainable development presupposes a consumption pattern within the ecological possibility available to all.

The international UN conference held in Rio de Janeiro in 1992 was a follow-up to the Brundtland report. This resulted in *Agenda 21*, an environmental program for the 21st century. While poverty is a cause for the continuing disturbance of the global environmental balance, the most important reason is the industrialised countries' non-sustainable consumption and production.

går stolen opp i røyk?

En vanlig forestilling er at ting «blir borte» når de brenner, at røyken blir borte når den stiger mot himmelen eller at ting blir borte når de er levert til et avfallsdeponi. Forestillingen om at noe blir «borte» får ekstra næring når det legges gress over søppelplassen, og området blir til en golfbane eller når avfall blir deponert langt nede i gamle gruvesjakter. Å sende kloakk ut i elver og fjorder ble tidligere sett på som en god løsning, men siden masse ikke «blir borte», møter vi igjen det vi har kvittet oss med, i form av dårlig drikkevann eller forurensede badestrender.

Massens konstans betyr at *ingenting forsvinner*. En ting kan bli borte for oss, men de enkelte bestanddelene tingen består av, atomene, eksisterer fortsatt. I det øyeblikket vi kaster noe i restavfallet eller brenner noe, mister vi selv kontrollen over materialene i de gamle tingene våre.

Den franske kjemikeren Antoine-Laurent Lavoisier foretok allerede på slutten av 1700-tallet gjentatte og nøyaktige veiinger og fant at massen var den samme før og etter en kjemisk reaksjon. Selv når det skjer en kjemisk reaksjon slik at det lages helt nye stoffer, vil massen være den samme før og etter, dersom man tar med alle ingrediensene og alle sluttproduktene.



does the chair go up in smoke?

A common perception is that things disappear when they burn, that smoke disappears when it rises to the skies or that things disappear when they are delivered to a waste disposal site. The conception that something “disappears” is reinforced when grass is planted on top of a waste dump and the area is turned into a golf course or when waste is deposited in old mine shafts. To release sewage into rivers and fjords was previously seen as a good solution but as mass does not “disappear”, anything we have tried to get rid of we meet again in the form of poor drinking water or polluted beaches.

The constance of mass is the physical law behind the principle *nothing disappears*. One thing may disappear from our view but the individual components, i.e., the atoms, do still exist. In the moment we throw something away or burn something, we loose control of the materials in our old possessions.

The French chemist Antoine-Laurent Lavoisier already at the end of the 18th century found that the mass was the same, constant, both before and after a chemical reaction, by conducting repeated and accurate measurements. Even when a chemical reaction occurs so that new materials occur, the mass will remain the same both before and after, if you include all the components and all the end products.

å forbruke hjem

Interiørbladene er vår viktigste kilde til inspirasjon når vi innreder eller pusser opp våre hjem. Det oppgir 36 % av oss i en nordisk forbrukerundersøkelse utført i 2006. Det plasserer oss på verdenstoppen blant konsumenter av innredningslitteratur. Danskene, derimot, lytter til familie og venner, svenskene kikker over til naboen.

Oppussing kostet oss 40 000 000 000 kroner siste år, og interiørbladene hjalp oss til å få det slik vi ville. Lesertallene steg fra 750 000 i 1999 til 3 000 000 i 2006. Samtidig steg antall interiørblader på norsk fra fire til ni. Vi hadde *Bonytt*, *Hytteliv*, *Maison* og *InteriørMagasinet*, så fikk vi *Bo Bedre*, *Design Interiør*, *Elle Interiør*, *Hus & Bolig* og *Vi i Villa*.

Interiørtrendene avløser hverandre fra nummer til nummer. Vi kan skifte mellom moderne barokk, vintage, natur og shabby eller chic eller begge deler. År om annet får vi også lov til å blande stiler, og våre favoritter får leve videre i en av mange retrotrender. Skulle vi være uheldige å trå feil, får vi hjelp til å rette det opp i neste nummer.

Personlig smak former vi selv, ikke sant? Interiørbladene gir oss bare den nødvendige veiledningen i å innrede våre hjem etter vår personlighet og bekrefter samtidig for våre gjester at vi har grep om våre liv. Hvis vi en dag synes at vi har lest det nye nummeret før, snur vi bare bunken med årgangene og kjenner oss tidløse.



refurnishing

Interior magazines are our most important source of inspiration when we furnish or redecorate our homes. 36% of us state this according to a Nordic consumer survey from 2006. This makes us world leaders when it comes to purchasing magazines on interior design. The Danes, on the other hand, listen to family and friends, the Swedes look at what the neighbours are doing.

House redecorating cost us NOK 40,000,000,000 last year and the interior decorating magazines helped us get it the way we wanted. The number of readers increased from 750 000 in 1999 to 3,000,000 in 2006. At the same time, Norwegian interior magazines increased from four to nine. We had *Bonytt*, *Hytteliv*, *Maison*, and *Interiørmagasinet*, and *Bo Bedre*, *Design Interiør*, *Elle Interiør*, *Hus & Bolig* and *Vi i Villa* were added.

Trends in interior decorating succeed each other from edition to edition. Variation can be from modern baroque, vintage, nature, shabby or chic or both. Some years we are also allowed to mix styles, and our favourites get to live on as one of many retro trends. If we should take a wrong step, we get help to fix it in the next edition.

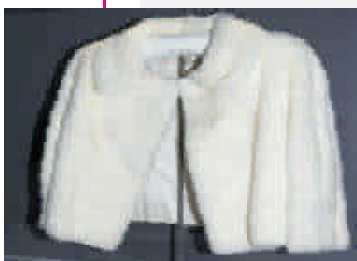
Personal taste is shaped by ourselves, right? The interior magazines only give us the necessary guidance in decorating our homes to suit our personalities, and confirm at the same time to our guests that we can handle our lives. If we one day think we have read the new edition before, we start all over again on the volumes and feel timeless.

forbruk

Forbruk er anskaffelse og bruk av varer og tjenester. Tidligere hadde vi lite å velge mellom. I dag har vi mye, men valgene våre styres likevel gjennom massiv påvirkning fra media og reklame. Vi må stadig forholde oss til nye produkter og er mer og mer opptatt av at tingene skal signalisere hvem vi er.

Velferd er dekning av grunnleggende behov som hus, mat og klær.

Velstand er det som er viktig å vise fram. I dag blir ting umoderne før de er oppbrukt. I forbrukersamfunnet definerer vi oss selv ved hvilke varer vi omgir oss med, mer enn hvor vi kommer fra eller hvilken jobb vi har.



consumption

Consumption is the acquiring of goods and services. Formerly, we had little to choose from. Now we have plenty but just the same our choices are geared by the massive influence from of advertising and media. We must constantly relate to new products and are more and more concerned that things signal who we are.

Welfare is the meeting of basic needs such as house, food and clothing. **Affluence** is the importance of showing off.

Today things go out of fashion before they are used up. In a consumer society we define ourselves by the goods that we have around us, more than where we come from or the kind of job we have.

folkeliggjøring av luksus

Luksus (av lat. *luxus*, overdådighet, vellevnet), forbruk ut over det som må anses som nødvendig og rimelig, også om de ting etc. som en i den forb. anskaffer. — luksuriøs, preget av luksus og overdådighet.

Luksus er ekstreme varianter av våre mest grunnleggende behov: Hus og hjem, mat, klær og framkomstmidler. Luksusvarene koster mye å lage, produseres i små kvanta og er så dyre at bare noen få kan kjøpe dem.

Fram til tidlig 1800-tall var luksus forbeholdt et eksklusivt fåtall. Det var stor forskjell på fattig og rik, og svært få hadde råd til luksusgjenstander. Det var også et spørsmål om hvem som fikk lov å bruke luksusvarer. Påbud og kongelige forordninger regulerte folks klær og eiendeler, og det var futens plikt å melde fra om «Prangesyge, Luxus og Overdaadigheds-Varer». Det var også sterke normer i lokal-samfunnet for hva som passet seg.

Hva som er sosialt akseptabelt for hvem endrer seg. Det samme gjør prisene på ulike varer. I løpet av 1800-tallet ble overklassens forbruk et eksempel til etterfølgelse. Samtidig ble flere økonomisk i stand til å skaffe seg luksus. Men siden luksus til enhver tid vil være det aller ypperste, vil hva som anses som luksus forandre seg hele tiden. På 1900-tallet fikk den jevne mann og kvinne anledning til å prioritere annerledes enn tidligere. Forbruket økte kraftig og er blitt mer luksuriøst i takt med velstandsutviklingen.

I dag ønsker vi å ha det godt, vi har lav rente, og vi lever i et av verdens rikeste land. Samtidig lager eliteprodusentene rimeligere serier – «sub-brands» – som er oppnåelige for den vanlige forbruker. Men når luksusen er folkeliggjort – er den da virkelig luksus?

democratization of luxury

Luxury: (from Latin *luxuria* rankness, luxury, excess; akin to Latin *luxus* luxury, excess) indulgence.

Luxury are extreme varieties of our most basic needs: Food and shelter, clothes and means of transportation. Luxury goods are expensive to produce, they are produced in small quantities and are so expensive that only a few can buy them.

Up till the early 19th century, luxury was reserved for an exclusive few. There was a great difference between rich and poor, and very few could afford luxury goods. It was also a question of who was allowed to have luxury goods. Laws and royal regulations regulated peoples' clothes and possessions. It was the bailiff's duty to report any conspicuous extravagance. In addition there were strict norms for what was considered appropriate in local society.

What is socially acceptable and for whom changes. So do the prices of various goods. During the 1800s the consumption of the upper classes became an example to be followed. At the same time, many people became financially able to obtain luxury goods. But since luxury at any given time will be the most outstanding, what is considered luxury will constantly change. In the 20th century, there was a democratization of luxury. The rising middle class could choose what they wanted to spend money on. Private consumption increased considerably and became more luxurious in step with the development of our affluent societies.

We all wish to have a pleasant life, we enjoy a low interest rate and we live in one of the world's richest countries. At the same time, designer brands produce sub brands of luxury goods within the financial means of the common person. But when luxury is available to all – is it then truly a luxury?

hvorfor kaster vi?

Vi kaster på grunn av slitasje, ødeleggelse og produksjonsfeil, men også på grunn av skifte av stil og smak. Moten påvirker oss oftest indirekte ved at vi lettest får tak i motepregede varer. Frykten for å være umoderne gjør at vi slutter å bruke ting vi allerede har. Mange av gjenstandene som kastes er dessuten aldri brukt.

8 700 000 tonn avfall ble produsert i Norge i 2005. Av dette var 1,8 millioner tonn husholdningsavfall. Det betyr at hver nordmann i gjennomsnitt kastet 407 kg søppel. Dette er 29 kg mer enn året før.

30 % av alt avfall materialgjenvinnes. 10 % gjenvinnes til ny energi. I følge Statens Institutt for Forbruksforskning (SIFO) er kildesortering premieeksempelet på at tilrettelegging hjelper. Papir og glass fungerer bra, men avhending av organiske avfall og giftig avfall er mer problematisk.



Økt gjenvinning gjør at andelen avfall som går til søppelfylling og forbrenningsanlegg er redusert de siste årene. Utslippene fra avfallsbehandlingen har også gått ned. Metangass fra avfallsdeponier står imidlertid for 2,2 % av de samlede norske klimagassutslippene, og sivevann fra avfallsdeponiene bidrar til utslipp av miljøgifter.

why do we throw things away?

We discard things because of wear and tear, because of faults or production errors, but also because fashion, style and taste change. Fashion has an indirect effect on us because clothes currently in fashion are most available. Our wish not to seem out of date leads us to stop using things we already have. Many items that are thrown away may also never have been used.

8,700,000 tons of waste was produced in Norway in 2005. 1.8 million tons of this was household waste. That means that every Norwegian on average threw away 407 kilos of rubbish. This is more than 29 kilos than in the year before.

30% of all waste is recycled and 10% is recycled as new energy. According to the National Institute for Consumer Research, sorting recyclable rubbish according to their source material is the best example that adapting a recycling infrastructure to the public's needs is important. Paper and glass recycling function well, but the disposal of organic and toxic waste is more problematic.

Increased recycling has over the last few years reduced the amount of rubbish sent to dumps and incinerators. Waste disposal emissions have also gone down. Methane gas from waste disposal sites constitute, however, 2.2 % of the total Norwegian greenhouse gases and leakage from the waste disposal sites contribute to emissions of environmental contaminants.

fra status til søppel

En i øyenfallende endring i private forbruket de siste 60 årene, er økningen av elektroniske apparater til underholdning og kommunikasjon. I 1950 var telefon og radio det eneste utstyret av dette slaget som var utbredt, selv om gramfon heller ikke var helt uvanlig.

Utvikling og spredning av apparater for gjengivelse av lyd og bilde har vært enorm i de siste 50 årene. På 1960-tallet ble fjernsynet uunnværlig i et hvert hjem, og båndopptakeren nesten like viktig på tenåringsrommet. Platespilleren ble integrert i stereoanlegget på 1970-tallet, og kassettspilleren erstattet spolebåndopptakeren. Fra slutten av 1970-tallet ble videospilleren vanlig. CD-spilleren ble presentert i 1980, men brukte over 10 år på å utkonkurrere vinylplatespilleren. TV-spillene ble introdusert i 1975, men ble for alvor utbredt i løpet av 1980-tallet. PC-en ble lansert i 1981, men først på 1990-tallet ble den vanlig å finne i private hjem. Med utviklingen av internett på slutten av 1990-tallet, har datamaskinen radikalt endret dagliglivet vårt.

De siste ti årene har elektronikken spredd seg fra hjemmet til personen. Mobiltelefon, MP3-spiller og små elektroniske spillmaskiner gjør oss til vandrende kommunikasjons- og underholdningssentraler.

Disse elektriske apparatene har kort vei fra status til søppel. Det gir prestisje å ha det siste nye, og funksjonstiden for lyd-, bilde- og kommunikasjonsutstyr blir stadig kortere. Stadig ny teknologi gjør fjorårets apparater hjelpeløst umoderne. Et eksempel er flatskjermer og DVD-spillere, som har gjort at fullt fungerende TV-er og videospillere går på søppelhaugen. Likevel er tempoet i dag aller høyest når det gjelder mobiltelefoner. Raske endringer i utforming og mer eller mindre nyttige nye funksjoner, fører til at telefonene nesten er umoderne dagen etter at de har kommet i salg.

from status to rubbish

A conspicuous change in private consumption over the last 60 years is the increase in electrical equipment for communication and entertainment. In 1950, telephones and radios were the only widespread goods of this type, although gramophones were not that unusual.

The development and increase of apparatus for the reproduction of sound and images has been formidable during the last 50 years. In the 1960s television became indispensable in every home, and the tape recorder was nearly as important in the teenager's room. The record player was integrated in the stereo in the 1970s, and the cassette player replaced the tape recorder. Towards the end of the 1970s the VCR had its breakthrough. The CD-player was presented in 1980, but used more than 10 years to conquer the record player. TV-games were introduced in 1975, but had their real breakthrough during the 1980's. The PC – personal computer – was launched in 1981, but it was only in the 1990's it became a household item. With the development of the Internet at the end of the 1990's the personal computer has radically changed our lives.

The last decade has seen electronics spreading from home use to mobile use. The mobilephone, MP3-player and small electronic game consoles transform individuals into mobile communications and entertainment centers.

These electronic gadgets have a short way to go from status to rubbish. It gives prestige to own the latest product but the life span for sound, image and communications equipment is decreasing radically. Incessant new technological innovations make year-old equipment hopelessly out of date. Take, for instance, the way flat screen TVs and DVD-players, have made fully functional TVs and VCRs ready for the rubbish heap. Nevertheless, the pace is at its most dizzying when it comes to mobile phones. Swift changes in design and more or less useful new functions, result in the phones being nearly outdated the day after they are launched.

bruk

Å bruke en ting er for eksempel å kle seg i noe, å sitte på noe, eller å spise med noe. Men bruken varierer også. Vi vil ha klær for ulike anledninger, møbler i ulike rom og servise til ulike måltider.

Brukstid er hvor lenge vi bruker tingene våre. Ved å reparere dem lar vi dem leve lenger. Kan de ikke repareres, er de funksjonelt oppbrukt, ubrukelige. Men ting kan også bli sosialt oppbrukt, umoderne.



use

To use something is, for example, to wear something, to sit on something, to eat with something. But use also varies. We have clothes for different occasions, furniture for different rooms and dishes for different meals.

Time of use depends on how we use things. By repairing things we let them live longer. If they can't be repaired they are functionally used up, useless. But things can also be socially used up, in other words, go out of fashion.

tingenes levetid

Fram til midten av 1900-tallet ble møbler laget av lokale snekkere. De ble bygget av hel-tre og sammensatt med tapping eller sinking.

I dag er møbelproduksjonen globalisert. For å spare transportkostnader selges møblene flat-pakket. Hovedmaterialet er sponplater, og de er skrudd sammen. Slik blir møblene billigere, men går forttere i stykker og er vanskeligere å reparere.

Skomakeren reparerte sko ved å sette på nye såler når de gamle var slitt. Flikking, hel- og halvsåling var kjente begrep for alle. På den måten levde skoene lenge. I dag lages sko ofte av syntetiske materialer som ikke lar seg reparere.

Porselen ble reparert ved klinking, man boret hull og satt fast metallkramper på hver side av spreken, for å holde delene sammen.



the life-span of things

Until the middle of the 1900's furniture was made by local carpenters. They were made of solid wood and plugged or dovetailed together.

Today, furniture production is globalized. To save on transport furniture is sold in flat packages. The main material is chipboard, and screwed together. The furniture is cheaper, but has a shorter life span and is more difficult to repair.

The shoemaker or cobbler repaired shoes by replacing the worn soles with new ones. To sole and heel shoes was a well-known concept. In that way, shoes lasted longer. Now shoes are often made of synthetic materials which are impossible to repair.

Porcelain was repaired by riveting, holes were bored and the rivets fastened on each side of the crack, to hold the pieces together.

å handle brukt

Den eldste formen for brukthandel er auksjon. Ved dødsfall og konkurser var det vanlig å gjøre fast eiendom og løsøre til penger på denne måten.

I Norge fantes det også loppetorg hvor brukttøy ble omsatt, og skraphandlere tok imot flasker, papir, gummi, metall, sko, kluter og filler som de solgte videre.

Marsjandise var en finere variant av skraphandel. De første antikvitetsforretningene dukket opp i Oslo på slutten av 1800-tallet. Man kunne også pantsette eiendeler hos en pantlåner.

Det første moderne loppemarkedet ble arrangert i 1956 i Oslo. Inntekter fra loppemarkedene går til veldedige formål, mens det finnes både veldedige og kommersielle bruktbutikker.



shopping second-hand

Auctions are the oldest type of second-hand dealing. When people died or declared bankruptcy it was usual to convert real estate and other possessions into money.

Norway also had flea markets where second-hand clothes were sold, and junk dealers took bottles, paper, rubber, metal, shoes, and rags, which they sold on.

“Marsjandise” were second-hand dealers. The first antique shops appeared in Oslo at the end of the 1800s. Pawning one's possessions in a pawnshop also became a possibility.

The first modern-day flea market opened in Oslo in 1956. Profits from the flea markets go to charity, while second hand shops are charitable or commercial.

en grunn til tro på framtida

Fretext handler om mennesker, om kjærlighet, om omsorg for hele mennesket.

I 1905 startet Fretext sitt attføringsarbeid i Oslo under navnet *Elevator*. Allerede i 1910 samlet de inn, sorterte og presset 100 tonn papir i striesekker hver eneste måned. I mange år fikk de som hadde falt utenfor samfunnet et tilbud om arbeid, mat og tak over hodet – i denne rekkefølgen. Hjelp til selvhjelp var mottoet.

I dag er Fretext en sterk merkevare. Det er en butikkjede med 47 butikker og en produksjons- og miljøbedrift som omsetter for 350 millioner kroner årlig. Men først og fremst er det en attføringsbedrift.

Gjenbruk av mennesker er essensen i attføring. Fretext har 1100 ansatte og 850 av disse er på attføringstiltak. I Fretext får de nye kvalifikasjoner, arbeidstrening og en mulighet til å komme inn i arbeidslivet. Dette er en viktig reproduksjon av samfunnets ressurser.

Alt Fretext mottar av tøy, møbler, interiørartikler og papir blir solgt enten i butikkene eller til utlandet. Hele driftsoverskuddet investeres i bedriften, fordi Fretext sin forretningsdrift har et fokus: Å finansiere attføringstiltakene slik at de kan gi enda flere en grunn til å tro på framtiden.



a reason to believe in the future

Fretext – the Norwegian Salvation Army's charity shop – is about people and about love; it is a concern for the whole person.

In 1905 Fretext started its rehabilitation work in Oslo under the name *Elevator*. As early as 1910 they collected, sorted and pressed 100 tons of paper in hessian sacks every month. For years, people rejected by society received an offer of work, food and shelter, in that order. The motto was enabling people to help themselves.

Today, Fretext is a brand name. It is a chain of 47 charity shops all over Norway. Fretext is a production and environmental business with an annual turnover of NOK 350 million. But first and foremost it is a rehabilitation centre

Recycling people is the essence of rehabilitation. Fretext has 1,100 employees in Norway and 850 of these participate in rehabilitation programmes. They receive new qualifications, work experience and a chance to find new employment. This is an important reproduction of our society's resources.

Everything Fretext receives of clothing, furniture, paper, is sold either abroad or in one of their charity shops. All their profits are reinvested in the business with one primary objective; to give more people a reason to believe in the future.

ulike skjebner

20 % av klærne nordmenn kaster (11 000 tonn i året) havner hos Fretex. Fretex Øst-Norge alene mottar ca. 16 tonn kasserte klær pr dag.

Mer enn 80 % av klærne Fretex mottar, blir gjenbrukt på ulike måter: 60 % blir solgt på det utenlandske brukmarkedet. Klærne pakkes i de karakteristiske «rødballene» og havner i Øst-Europa og Sentral-Asia. Der blir klærne kjøpt i store kvanta av grossister som selger det videre til kjøpmenn, lokale butikker eller nye mellomledd. Klærne Fretex eksporterer gis ikke bort, men selges for markedspris. Dette fordi prisdumping ville ødelagt de lokale markedene og fordi Fretex er avhengig av inntekt for å drive attføringsarbeid.

20 % går til Fretexbutikkene i Norge. Noe går også til slumstasjoner, og noe brukes som råmateriale i redesign, noe går til pussefiller, shoddy og til «katastrofetepper» – tepper laget av kasserte tekstiler som selges til ulike nødhjelpsorganisasjoner.

Fretex ser det som en viktig oppgave å bygge ned fordommene mot å kjøpe brukt. Bedriften får økte inntekter av at terskelen for å handle brukt er lavere, og en slik utvikling bidrar til å øke verdigheten for de som er nødt til å kjøpe brukte klær. På den ene siden har Fretex et kritisk syn på bruk-og-kast-mentaliteten. På den andre siden er de avhengig av overflødig materiale for å ha noe å selge.

different fates

20 % of all clothes Norwegians throw away end up at Fretex, the Norwegian Salvation Army's chain of charity shops. This corresponds to 11,000 tons a year. Fretex in Oslo receives an average of 16 tons discarded clothes every day.

More than 80 % of the clothes Fretex receive are recycled in different ways. As much as 60 % are sold on the foreign market. The clothes are packed in the characteristic "pink balls" and end up in Eastern Europe or Central Asia. There the clothes are purchased in large quantities by wholesalers and again sold to local merchants or to other connecting links. The clothes that Fretex export are not given away but are sold at market price. The reason is that dumping the goods would ruin the local markets and because Fretex depends on profits to run its rehabilitation programmes.

20 % end up in the Fretex-shops. Some of the textiles are given to slum stations, some are used as material for redesign, some are used as polishing cloths, and some become disaster relief blankets sold to various disaster relief organisations.

Fretex regards it as an important task to change people's prejudice against buying used goods. The company's profits would increase if people bought more used goods. For people who can only afford used clothes, such a development gives them more dignity. On the one hand, Fretex is critical of our society's throwaway-mentality. On the other hand, they depend on surplus material to have something to sell.

tenåringer og t-skjorter

Elever fra Stovner, Fagerborg og Dønski videregående skoler i Oslo/Akershus hjalp Norsk folkemuseum i mars 2007 med en liten undersøkelse om deres forhold til bruk/gjenbruk og T-skjorter. De donerte også noen av T-skjortene du ser på veggen her.

Undersøkelsen viste:

- 53 % oppga at de kaster det som går i stykker i stedet for å reparere.
- 7 % oppga at de gir ting til Frelsesarmeen (Fretex).
- 27 % innrømte at de ikke kunne sy i en knapp.
- 5 % mente de kunne sy i en knapp hvis de hadde det rette utstyret.
- at de hadde gjennomsnittlig 33 T-skjorter hver (en elev oppga antallet T-skjorter til 120, en annen til 10).

Minneverdige sitat:

Min mor reparerer mine bukser hvis de er så ødelagte at hun blir flau. Det har vært hennes oppgave så lenge jeg kan huske. (Gutt, 19 år)

Hvis noe ikke kan fikses, gir vi det til Frelsesarmeen. (Gutt, 16 år)

(Jeg gir denne T-skjorten fordi) Det er en gammel T-shirt jeg har svettet mye i. (Gutt 17 år)



teenagers and t-shirts

Students from 3 high schools in the Oslo/Akershus region

assisted the Norwegian Museum of Cultural Heritage in March 2007

in a survey on teen consumption.

They also donated some of the t-shirts that you see on this wall.

The survey revealed that:

- 53 % stated that they throw away things that break or have a fault instead of trying to repair them.
- 7 % stated that they give things to the Salvation Army (charity shops).
- 27 % admitted that they cannot sew on a button.
- 5 % felt that they could sew on a button if they were given the right equipment.
- they had an average of 33 t-shirts each (The highest number given was 120, the lowest 10).

Memorable quotes:

"My mother repairs my jeans if they are so ruined that they embarrass her. This has been her job for as long as I can remember." (Boy, 19 years old)

"If something cannot be fixed, we give it to the Salvation Army." (Boy, 16 years old)

(I am donating this T-shirt because) "It is an old t-shirt I have sweat a lot in." (Boy, 17 years old)

gjenbruk

Ved gjenbruk bruker man gjenstander på nytt. Gjenvinning eller resirkulering er en del av dette. Da utnyttes avfallet i nye produkter. Eksempler på dette er papir, glass, metall, plast og kompost. Forbrenning med energiutnyttelse er også en type gjenvinning. Da brukes avfallet til å produsere varme.

Å handle brukt er en viktig gjenbruksfaktor. Da forblir gjenstanden den samme, men skifter eier og får et nytt innhold som antikviteter, retro eller personlig minne.

Før det ble vanlig med masseproduksjon, hadde gjenbruk også et økonomisk aspekt. Man sparte verdifulle ressurser, både materialer og energi. I dag kjøper noen brukt fordi det er rimelig, men det blir også av mange oppfattet som trendy.

reuse

By reusing, the item is used once more. Recycling is also a part of this.

The waste is then utilised in new products, i.e. paper, glass, plastics, metal and compost. Utilizing energy by incinerating rubbish is also a type of reuse. Rubbish is then used to produce heating for homes and production.

Buying second-hand is an important factor in reuse. The item stays the same, but changes ownership and is given a new meaning; i.e. as antique, retro or for sentimental value.

Before mass production, there was also an economic aspect to the reuse. Valuable resources were saved, both in terms of materials and energy. We buy second-hand today because it is cheap, but it is also regarded by many as trendy.

livsveven

«Matteveven er gleden ved å få til noe av ingenting», blir det sagt

Matter eller filleryer er håndvevde gulvtepper hvor innslaget består av stoff klippet opp i lange remser. Siden utgangspunktet for arbeidet er filler eller tekstilt avfall, er materialet gitt. Det ble lagt mye omtanke i å sette sammen kasserte tekstiler til en vakker helhet. Man måtte hele tiden skape en annerledes matte enn den forrige. Bevarte matter viser imidlertid at det fantes lokale variasjoner.

Filleryer har trolig vært i bruk i Norge i 150 år. Folkelivsgranskeren Eilert Sundt skriver i *Om renlighetsstellet i Norge* (1869) at da malte gulv ble populært, ble det vanlig "at pynte i stuen med gulvklæder". Fra å være en liten matte ved inngangsdøren, dekket filleryene etter hvert en stadig større del av gulvet. Slik beskyttet de både gulvet og isolerte mot gulvtrekk.

Rundt 1. verdenskrig ble det vanlig med kvadratiske filleryer, men de lange, smale holdt fremdeles stand. På 1950- og 60-tallet fikk det hjemmelagede lavere status, og filleryene måtte vike for lettstelte plastmatter, men med 1970-tallets grønne bølge fikk filleryene ny status som kvalitet og god smak.



loom of life

"Rag rug weaving is the joy of getting something from nothing", the saying goes

Rag rugs are handwoven floor coverings where the weft is made up of cloth cut into long strips. Since the basis for the work consists of rags or textile waste, the material is given. Much consideration was given to composing discarded textiles into an aesthetic whole. Every rug had to be made different from the previous one. However, preserved rugs show regional variations.

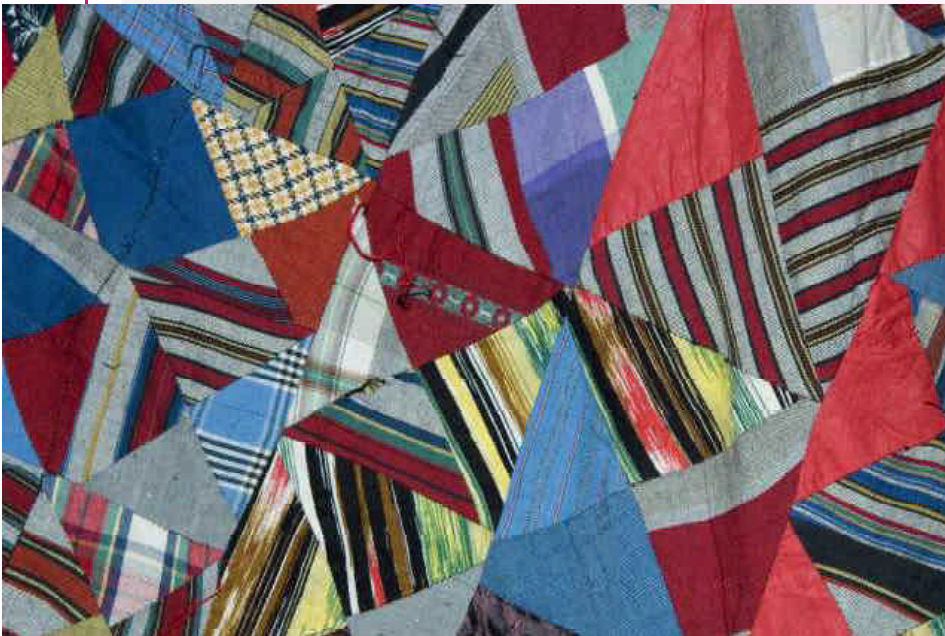
Rag rugs have probably been in use in Norway for 150 years. The sociologist Eilert Sundt writes in *On Norwegian Cleanliness* (1869) that when painted floors became popular, it was customary to "decorate the home with floor coverings. From being a small mat by the front door the rag rugs gradually covered more of the floor. This way they both protected the floor and were insulation against draught.

Around WWI, square rag rugs were usual, but the long narrow ones were also still being woven. In the 1950's and 60's homemade products were given lower status, and the rag rugs had to give way to plastic mats, but with aesthetic revolution of the 1970's. the rag rugs achieved new status as quality and good taste.

lappetepper

Tekstiler kunne gjenbrukes på flere vis, når de var utslitt. Små stoffbiter kunne forenes og bli store sammen.

En teknikk var å sy lappetepper av stoffrester, enten gamle plagg eller tekstiler. Mange lappeteknikker kom til oss fra norskamerikanere som sendte patchwork-tepper fra USA. Disse var gjerne estetisk komposisjoner der mønster og farge var viktig.



patchwork quilts

Textiles may be reused in many ways. When the original clothes were worn out, pieces could simply be sewn together to make a large piece of fabric.

One technique is to sew patchwork quilts from old clothing or other fabrics. Many patchwork techniques have come to us from Norwegian emigrants who sent quilts home from the USA. They were often carefully composed. Colours and patterns were important.

de lærte å ta vare på

Vårt forhold til bruk har endret seg over tid. Før 1950-tallet var klær sjeldent nye, de fleste klær ble brukt i mange år, ofte først til pent og senere som hverdags- og arbeidsklær.

Håndarbeidsundervisningen for piker la stor vekt på lapping og stopping. At det var kunnskap om dette i familien var viktig for familiens økonomi.

Klær ble lappet og stoppet, ofte til nesten ikke var opprinnelig stoff igjen. Kostbare stoffer ble gjenbrukt flere ganger, sydd om etter moten, og utnyttet til siste lille bit.



they learned to take care of

Our attitude regarding use has changed over time. Earlier than the 1950's, new clothes were less common, most clothes were used for many years, often as best clothes in the beginning, later as everyday or working clothes.

Craft teaching for girls had a strong focus on patching and darning. This kind of knowledge in the family was essential for the family's economy.

Clothes were usually patched and darned to the point where no original material was left. Costly materials were reused several times, redone to fit fashion, and every last piece used.

omtanke med omsøm

Omsøm betyr at klærne blir sprettet fra hverandre og sydd sammen til nye plagg. Plaggene ble sydd om fra voksen til barn, slik som den blå kjolen (til venstre i monteret). Barneklær var ikke så lett å få kjøpt, så de måtte lages hjemme, ofte av de utbrukte klærne til de voksne.

Klær kunne også syes om til andre plagg; skjørt til overdel, eller jakke til vest. Omsøm var ikke noe man lærte på skolen, det var en naturlig del av hverdagen. I løpet av 1900-tallet ble det vanlig med tips i damebladene om hvordan man kunne sy om plagg. Først på slutten av 1970-tallet lønte det seg ikke lenger med omsøm.

Sophie Coward giftet seg i 1925 og flyttet fra Oslo til Rjukan. I årene 1925-1943 malte hun akvareller av alle klærne hun laget til seg selv og datteren. Av 190 antrekk, var 57 omsydd, og 30 av disse ble omsydd nok en gang. Coward har notert om plagget var omsydd og fra hvilket antrekk.



redoing with reflection

Redoing means taking the original piece of clothing apart and making something new. Clothes were often redone from grown-up to child, like the blue dress (on the left). Children's clothing was expensive, so they were often "homemade".

Clothes could also be sewn into a completely different piece; skirt made into a top, or a jacket into a waistcoat. Sewing new clothes from old clothes was not taught in school, but was important reuse. Women's magazines during the 1900s often had suggestions about how to redo clothes, until ready-made clothing became cheaper than homemade in the 1970's.

Sophie Coward married in 1925 and moved from Oslo to Rjukan. During the period 1925-1943 she painted watercolours of all the clothes she made for herself and her daughter. Of the 190 outfits depicted, 57 were redone, and 30 of these were redone once more. Sophie noted the clothes which were redone, and from which pieces.

synliggjort gjenbruk

Redesign, også kalt «3rd hand», «tredjehåndsklær» eller «gjenbruksklær», lages av plagg som er blitt ubrukelige fordi de er slitte, flekkete eller bare umoderne. Derfor omformes de til helt nye antrekk. En bukse blir en topp og et sjal til en pute. Å vise hva det opprinnelige materialet har vært, skaper en ønsket røffhet og synliggjør den kreative prosessen.

Redesign oppsto i New York i 2001, og ble raskt populært i Vesten. De fleste som driver med redesign i Norge, syr kreasjonene sine selv og lar plaggene finne sin form underveis i prosessen. Enkelte samler imidlertid på visse plagg og syr etter prototyper. For designerne er det en spennende utfordring å forandre på kasserte klær og modellere bitene sammen til et nytt plagg. Mens noen forandrer mye på klærne med krymping og farging og skjuler hull og flekker, lar andre teksten beholde noe av sin opprinnelige identitet.

Å gi form til det kasserte, har en etisk, økonomisk og estetisk verdi som overstiger bruksverdien. Redesign er et miljøvennlig alternativ til en forurensende klesproduksjon. Som gir store mengder avfall. Siden designerne tar i mot klær folk ikke lenger har bruk for, eller kjøper dem for en billig penge på bruktbutikker, kan redesign også sees som en økonomisk strategi. Nye stoffer er dyrt. Omsøm, der man spretter opp brukte klær og bruke stoffet på nytt, tar tid. Redesign kan være billigere og mindre tidkrevende, fordi man ikke må skjule hva plagget opprinnelig har vært, men gjør et poeng ut av det.

Det selvlagde blir ettertraktet når det ferdiglagde er lett tilgjengelig.



re-use made visible

Redesign, also called "3rd hand", "third hand clothing" or "reused clothes", is made from clothes that cannot be used in their original form, because they are worn out, stained or just out of fashion. The different pieces of clothing are transformed into completely new outfits. The textiles' original function or place on the body is often changed. A pair of trousers can become a shirt, a shawl may become a pillow. Demonstrating what the original material has been, creates a desired effect of roughness and makes the creative process visible.

Redesign originated in New York in 2001, and became an instant success in the West. Most people working with redesign in Norway make their own creations and decide during this process how the garment should look. Some, however, collect specific pieces of clothing and sew according to a set design. The designers emphasise that it is an exciting challenge to change discarded clothes and put the pieces back together as an entirely new garment. While some greatly change them by shrinking, dying and by hiding holes and stains, others are concerned with letting the garment retain some of its original identity.

To shape the discarded has ethical, financial and aesthetic values that exceeds the utility value. Redesign is an environmentally friendly alternative to a polluting clothes production and large amounts of waste. Redesign may be regarded as a financial strategy as designers receive clothes people no longer want, or buy them inexpensively in charity shops. New fabrics are expensive. Redoing used clothes and using the fabric again saves money on materials, but takes more time. Redesign, however, is less time consuming because the designer does not have to hide what the garment's original design or function.

The self made becomes attractive when the ready made is easily available.

kunst av brukt

Rød Hage heter dette veggteppet som er laget av kunstneren Inger Johanne Rasmussen. Teknikken er å legge stoffbitene inntil hverandre og sy dem sammen kant i kant. Materialet er fotkluter tidligere brukt i forsvaret, et billig og greit materiale, godt egnet til gjenbruk. Fotklutene ble laget av hvitt ullstoff, men har tatt farge av bruken. Kunstneren har utnyttet dette, og farget klutene ytterligere for å oppnå effekter i de mange teppene hun har laget

Kunst av gjenbrukte materialer er ikke noe nytt. Kunstnere har lenge gjenbrukt lerreter ved å overmale bilder eller male på tilgjengelige materialer. Ved å bruke verdiløst materiale, forsøker kunstnere å forsterke sin uavhengige posisjon og bryte med konvensjoner og fordommer.

I vår tid kan man skape det meste av former med kunststoff eller andre nye materialer og teknologi. Men er det mulig at det virkelig kreative kommer fram i gjenbruk?



art from reuse

Red Garden is the title of this wall hanging made by the artist Inger Johanne Rasmussen. The technique is textile inlay. The pieces of material are laid edge to edge and sewn. The textiles used are "foot cloths" from the army, a cheap and straightforward material to reuse. "Foot cloths" were made of white wool, but were discoloured by use. The artist has used this, and dyed the "cloths" additionally to achieve certain effects in the many wall hangings she has created.

Art from reused materials is not a new concept. Artists have long reused canvases By covering one painting with another or painting on available materials. By using worthless materials, artists attempt to strengthen their independence and make a break with convention and prejudice

These days, most shapes are possible to make in synthetics or with other new materials and technologies. Can it be that true creativity comes from reuse?

inn i dag – ut i morgen

Det som er inn i dag, er ut i morgen.
Det som var dyrt før, er billig nå.
Det som en gang var nødvendig,
er blitt politisk ukorrekt.

Hver tid har sitt eget syn på ting rundt seg: Kattun (av engelsk *cotton*) var et toskaffet bomullsstoff, oftest farget eller påtrykt mønster. innført fra Asia av Det Ostindiske Selskap på 1700-tallet. Mens ull og lin var vanlig, var bomullsstoff en luksus bare få kunne unne seg.

Den industrielle revolusjon forandret dette. Bomullsspinnerier og veverier gjorde bomullen tilgjengelig for alle. På slutten av 1800-tallet kjøpte man i bygdene garn og vevde stoff selv. I byene kjøpte man ferdigvevde stoffer eller plagg.

Kravet til hygiene økte samtidig. Mens en mannsbukse på landsbygda sjelden så noe annet enn regnvann før 1860, ble det i det neste hundre årene kraftig fokus på klesvask. Bomull er enklere å vaske enn ull og tåler hardere behandling, strekkstyrken øker med 30 % i våt tilstand, noe som igjen bidro til økt bruk.



Marlon Brando sjokkerte verden i 1953 i filmen *The Wild One*, iført et par arbeidsbukser og ei hvit undertrøye. Eller som vi ville sagt i dag: I jeans og T-skjorte. Masseproduksjon hadde nå gjort bomullsplagg til en billig vare tilgjengelig for alle.

På 1960-tallet kom nye strykefrie syntetiske stoffer i handelen; nylon, polyester, terylene og crimplene. Bomullens popularitet holdt stand, og på 1970-tallet ble den det *naturlige*, det politisk korrekte og billige alternativet til syntetistoffene.

På 2000-tallet er bomull fortsatt et populært, rimelig og masseprodusert materiale. Men dyrking og foredling av bomull er ressurskrevende, og bruk av kjemiske stoffer er så omfattende at mange arbeidere får skader.

in today – out tomorrow

What is in today, is out tomorrow.
What was previously expensive is cheap now.
What was once necessary,
has become politically incorrect.

Every age has its own view of things around us. In the 18th century, cotton fabric was a luxury few could afford. Cotton was imported by the East India Company from Asia to Europe. While wool and linen were the common types of fabric, merely a few could afford cotton fabrics that were also dyed or printed.

The industrial revolution came to change this perception of cotton. Cotton spinning and weaving mills made yarn and fabric available to most people. During the second half of the 19th century, it became customary for women in the countryside to buy cotton yarn and weave the fabric themselves or in urban areas, to buy the already woven cotton fabric or garments.

Hygiene became an issue. While a man's trousers rarely saw anything but rain water before the 1860's, there was increasing focus on the washing of clothes over the next hundred years. Cotton is easier to wash than wool and can take rougher treatment as its tensile strength increases by 30% when wet, which again led to increased use.

Marlon Brando shocked the world in the 1953 film *The Wild One* wearing a pair of workman's trousers and a white undershirt. Or as we would put it today: in jeans and a T-shirt. Mass production had now made cotton clothing an inexpensive merchandise available to all.

In the 1960's non-iron synthetic fabrics became popular. Cotton, however, remained popular and in the 1970's it became the *natural option*, the politically correct and cheap alternative to synthetic fabrics.

In the 21. century, cotton is still a popular, inexpensive and mass produced material. But growth and processing of cotton is resource-draining and the extensive use of chemicals is the cause of many cotton workers injuries.

det økologiske fotavtrykket

Det økologiske fotavtrykketer en indikator på vår belastning på verdens naturressurser. Begrepet ble introdusert av de kanadiske forskerne William Ress og Mathis Wackernagel på begynnelsen av 1990-tallet. Fotavtrykket er det arealet som trengs til forsyning av råvarer, produksjon av mat og andre varer, og til å kvitte seg med avfall, kloakk og andre utslipp. I følge indikatoren Økologisk fotavtrykk bruker nordmenn

5,8 gha – global hektar per person mens jordas biokapasitet ikke tillater mer enn 1,8 gha per person. Det betyr at dersom alle mennesker levde som oss nordmenn, ville vi trenge mer enn 3 jordkloder for å forsyne jordas befolkning

Somalia	0,4
Bangladesh	0,5
Pakistan	0,6
India	0,8
Nigeria	1,2
Kina	1,6
Tyrkia	2,1
Brasil	2,1
Sør-Afrika	2,3
Mexico	2,6
Ukraina	3,2
Russland	4,4
EU	4,8
Norge	5,8
Danmark	5,8
Sverige	6,1
Canada	7,6
USA	9,6
Verdensgjennomsnitt	2,23
Jordas biokapasitet	1,8



the ecological footprint

The ecological footprint indicates the strain on the world's natural resources. The concept was introduced by the Canadian scientists William Ress and Mathis Wackernagel at the beginning of the 1990s. The footprint is the acreage needed for providing us with raw materials, the production of food and other goods. It also calculates the emissions generated from the oil, coal and gas we burn, and it determines how much land is required to absorb our waste.

According to the indicator *Ecological footprints* Norwegians produce 5.8 gha – global hektar per person while the earth's biological capacity does not allow more than 1.8 gha per person. That means that if all people lived as Norwegians, we would need more than 3 planets like ours to feed the earth's population.