

RESEARCH DESIGN #1

Research Design Journal ges ut av svid, Stiftelsen Svensk Industridesign

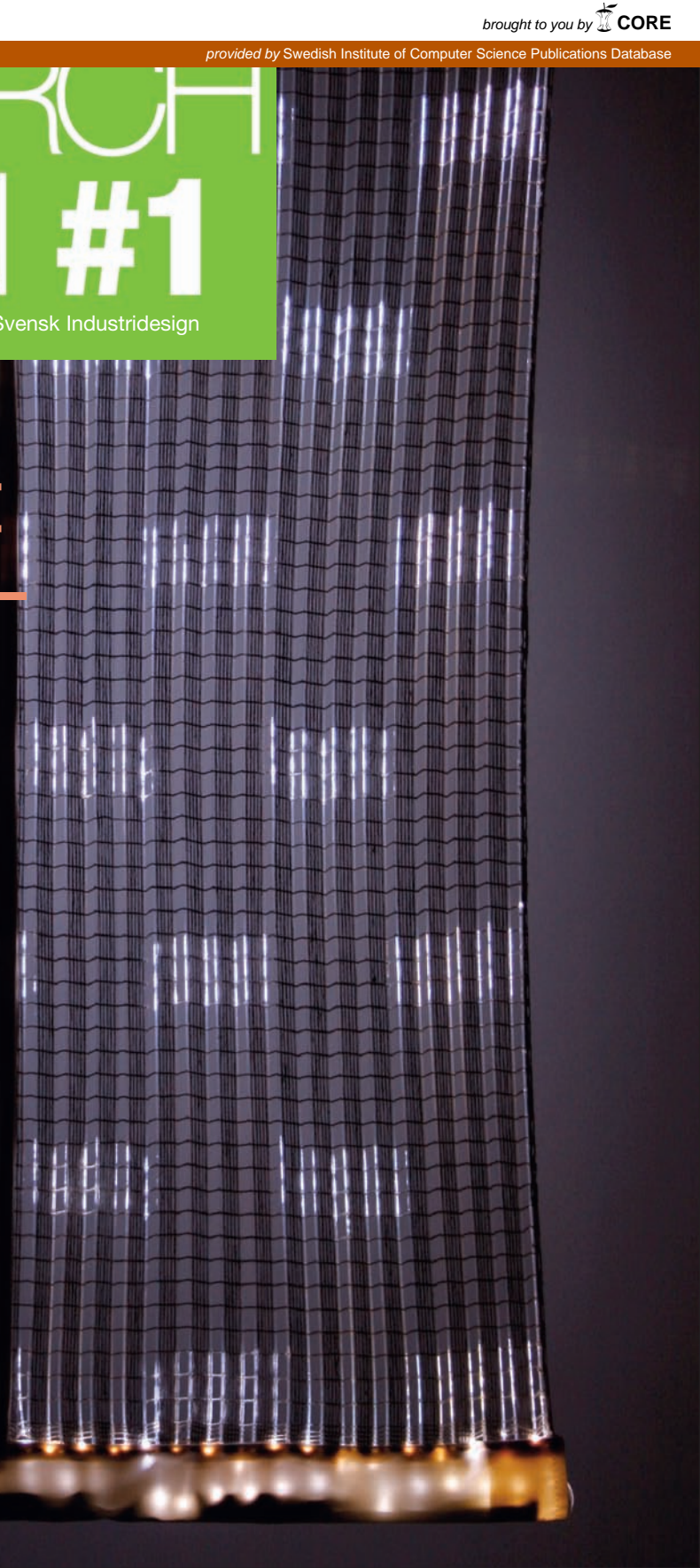
Ny tidskrift om design- forskning

Hajpat
designtänkande

Ohållbart
hållbart

Forskning
och politik

Designfakulteten
ett självklart nav



Ett självklart nav	4
Intervju med <i>Sara Ilstedt Hjelm</i> , professor i produkt- och tjänstedesign samt samordnare på Designfakulteten. (LOTTA JONSON)	
Designer, visa er konkurrenskraft!	8
Hur ser regeringen på designforskning? Utbildningsminister <i>Lars Leijonborg</i> vill inte lägga sig i och näringsminister <i>Maud Olofsson</i> hänvisar till Vinnova. (SUSANNE HELGESON)	
Förändra förändringen	11
Design för ett hållbart samhälle var temat för konferensen Changing the Change i italienska Turin. (LOTTA JONSON)	
OHÅLLBAR DESIGN	15
<i>Peter Dobers</i> , Skola för hållbar utveckling av samhälle och teknik, Mälardalens högskola, och <i>Lars Strannegård</i> , Department of Business Studies, Uppsala universitet, kritiserar idéer kring hållbar design.	
BORTOM HAJPEN	20
– designtänkande som epistemologiskt perspektiv <i>Anna Rylander</i> , fil dr vid Business & Design Lab, Göteborg, diskuterar begreppet designtänkande. Vad händer när hajpen ebbat ut?	
DIFFICULT FORMS	28
<i>Critical Practices of Design and Research</i> <i>Ramia Mazé</i> och <i>Johan Redström</i> , Interactive Institute, tar bland annat upp skillnader i teoribildning mellan arkitektur och andra designområden.	
Böcker	40
Noterat	44
Konferenser	45
Dr Jekyll och Mr Hyde	47
Krönika apropå en reklamkampanj. (LOTTA JONSON)	

RESEARCH DESIGN JOURNAL



Research Design Journal ges ut av SVID, Stiftelsen Svensk Industridesign
Adress: Sveavägen 34,
111 34 Stockholm
Telefon: 08-406 84 40
Fax: 08-661 20 35
info@svid.se, www.svid.se

RESEARCH DESIGN JOURNAL #1 utkommer i pdf-format och kan laddas ner på www.svid.se

ANSVARIG UTGIVARE
Robin Edman, vd SVID

I REDAKTIONEN
Lisbeth Svengren Holm, (LSH)
docent, SVID
lisbeth.svengren.holm@svid.se
Susanne Helgeson (SH)
susanne.helgeson@telia.com
Lotta Jonson (LJ)
lotta@lottacontinua.se

LAYOUT
Lotta Continua

RESEARCH DESIGN #1

RESEARCH DESIGN JOURNAL bevakar forskning om design, forskning för design samt forskning genom design.

RESEARCH DESIGN JOURNAL publicerar forskningsbaserade artiklar som utforskar hur design kan bidra till en hållbar utveckling av näringsliv, offentlig sektor och samhälle. Artiklarna – som är original eller översatta, redan publicerade – kommer innan presentationen här att granskas av en akademisk redaktionskommitté.

RESEARCH DESIGN JOURNAL innehåller också fallstudier och konferensreportage vid sidan av bokrecensioner, notiser och krönikor. Vissa nummer kommer att vara mer tematiskt inriktade.

RESEARCH DESIGN JOURNAL #2 beräknas utkomma under hösten 2009.

OMSLAG:
"Energy curtain", gardin som samlar energi på dagen för att kunna ge ljus på kvällen, Interactive Institute 2005.

Det våras



FOTO: MAGNUS LÄNJE

Lisbeth Svengren Holm

SVID HAR I SIN verksamhetsidé att stödja forskning och ett givet stöd är att publicera forskningsresultat. Vi har tidigare haft Designjournalen, men nu var det tid att ta fram en ny publikation. Detta har vi gjort tillsammans med Lotta Jonson och Susanne Helgeson, välkända designjournalister. Resultatet har blivit en tidskrift – Research Design Journal – med en blandning av intressanta intervjuer, recensioner av böcker och forskarkonferensreportage. Det är en populärvetenskaplig tidskrift, men det ska också vara meriterande att få artiklar publicerade. Dessa ska kvalitetssäkras och granskas av en redaktionskommitté. Det ska vara läsvärt för forskare och forskningsintresserade praktiker. I år blir det två nummer. Nästa år är målet minst tre nummer.

Vi fick in flera intressanta forskningsartiklar redan till detta nummer – trots kort varsel. Eftersom det nu finns många designforskare – och designintresserade forskare – räknar vi med god tillströmning på vårt nästa call. Flera anmälde intresse, men då för nästa nummer. Då har vi också en extern redaktionskommitté som granskar dessa i ett så kallat ”peer-review”-förfarande.

Målet är att Research Design Journal görs tvåspråkig – en svensk och en engelsk version. Redan publicerade artiklar kan återpubliceras om man översätter till annat språk, som till exempel Dobers och Strannegårds artikel. En del konferensartiklar tilläts publicering i tidskrift. Detta gällde till exempel Ramia Mazés och Johan Redströms artikel. Men den krävde en större insats för översättning och här saknade vi både tid och pengar. Artikeln är dock intressant och representerar det som vi betecknar som ett inifrån-perspektiv på design. Vi vill gärna ha artiklar som baseras på forskning om, för och genom design.

DET VÅRAS FÖR svensk designforskning. Det har tagit tid, men det finns fog för att påstå att designforskning har kommit igång på allvar. Designforskning möter nu ett allt större intresse, även utanför designinstitutioner. Den nationella forskarskola i design, som Torsten Dahlin, tidigare vd för SVID, drömde om och försökte få finansiering för i mitten av 1990-talet har nu blivit verklighet. Över 20 doktorander från så olika discipliner som industridesign, interaktionsdesign, arkitektur, företagsekonomi och teknik & hälsa, bildar en ny generation av designforskare. Forskarskolan, med KTH som värdinstitution, håller dessutom på att utvecklas till en intressant aktör i Forskarsverige. Mer om detta berättar Sara Ilstedt Hjelm i en intervju i detta nummer.

Samtidigt är det en besvikelse att regeringen inte är mer intresserad av att stödja designforskning, eller rättare sagt att den inte ser design som ett värdefullt område för utveckling och innovation, både för företag och för offentliga verksamheter. Andra länder springer ifrån oss. Ska vi hänga med borde design vara ett av de områden som det satsades på. Därför att det krävs ett nytänkande i näringsliv och samhälle. Just för att, som Lars Strannegård och Peter Dobers visar i sin artikel, konsumtionsmönster inte kommer att förändras, måste det ske andra förändringar på systemnivå. Förändringar på systemnivå är en forskningsfråga. Anna Rylander visar i sin artikel att designtänkande är något som skiljer sig från det rationella managementtänkandet, och i detta ligger mer än att bara företagsledare måste lära sig förstå skillnaden och att det är något som bara designers står för. Forskningsinitiering från bland annat Forskarskolan, antalet doktorander gör att det finns goda förutsättningar för att designforskare faktiskt kommer att visa att de står sig bra i konkurrensen med andra forskare. Vi kan därför ha anledning att vara optimistiska.

LISBETH SVENGREN HOLM

Ett självklart nav

Designforskning borde vara ett självklart nav i samhällsutvecklingen. Men fortfarande är det många som inte vet att man kan forska. Designfakulteten vill bli ett nationellt centrum för all forskning inom designområdet. Bland det viktigaste är just nu att synliggöra området.

– **OJJOJ, JA**, verkligen. På den tiden fanns inte designforskning på kartan här i Sverige. Det är en enorm skillnad!

Sara Ilstedt Hjelm, professor i produkt- och tjänstedesign vid KTH:s ”skola” för Industriell Teknik och Management vid institutionen Maskinkonstruktion, skratrar högt och intygar att mycket hänt sedan hon gick ut Konstfack 1991. Att hon hamnat just på KTH har flera orsaker. Bland annat beror det på att de tekniska högskolorna mer och mer börjat förstå designens betydelse.

Ingenjörer arbetar med uppfinningar, innovationer, men för att de ska nå en marknad måste man ta hänsyn till användarperspektivet. Så som designer alltid har gjort.

Sara Ilstedt Hjelm är med i ledningsgruppen för det som tidigare kallades Designforskar skolan men som numera heter Designfakulteten. Och enligt förhoppningarna bli den organisation som samlar designforskningens hela tvärvetenskapliga fält. Den egna definitionen talar om ”en forskarskola och ett nationellt centrum för designforsk-



FOTO: LOTTI JONSSON



ning”; visionen lyder: ”Designforskning – ett självklart nav i samhällsutvecklingen.”

– Fortfarande är det många som inte har en aning om vad designforskning är. Som inte vet att man kan forska i design. Begreppet har bara funnits ett femtontal år och designforskningen har exakt samma problem som den pedagogiska eller sociologiska forskningen hade när den växte fram. Mycket av min uppgift handlar om att synliggöra området, säger Sara Ilstedt Hjelm.

– Just nu måste vi fokusera inåt, bestämma oss för vad som är vår identitet. Vad är den egentliga kärnan inom designforskningen? Flera redan igångsatta projekt handlar om att artikulera själva ämnet. För att kunna definiera oss själva måste vi också fundera över relationen till andra forskningsområden och hur man ska göra den tydlig. Designforskning är inte psykologi, inte sociologi, inte teknik, inte ren konstnärlig forskning. Men vad är den då? Det är en svår och tung process att formulera svaren. Det kräver sin tid. Samtidigt är det viktigt för oss att samarbeta



FOTO: LOTTA JONSSON

över olika disciplinränder i de konkreta forskningsprojekten. Det handlar om ett både och, att jobba inåt och utåt.

20 MEDLEMSINSTITUTIONER

Designfakulteten har funnits sedan slutet av 2007 då Vetenskapsrådet anslag 5 miljoner kronor under fem år för finansieringen av forskarskolan. KTH, som värdinstitution, gick in med ytterligare 1 miljon per år. Sara Ilstedt Hjelm menar att mycket var förre kulturministerns förtjänst.

– Det är sällan politikerna går in och bestämmer vad Vetenskapsrådet ska satsa på. Men under Designåret 2005 lovade Leif Pagrotsky att ge pengar till designforskning. Vetenskapsrådet sitter fast i gamla föreställningar och inom forskningsvärlden finns också en väldig okunskap kring vad design och designforskning är. Så det behövs en påtryckning för att något skulle hända.

Designfakulteten kom igång på allvar under förra året och drivs genom samarbete mellan 20 medlemsinstitutio-

FINANSIERING

Designforskningen behöver ibland stöd från näringslivet för att kunna komma vidare, det vill säga för själva tillämpningen i den praktiska vardagen. När inte näringslivet visar intresse kan samhället behöva gå in, genom forskningsinstitut. Interactive Institute är ett sådant. En hel del tillämpad forskning inom designområdet sker också via andra branschforskningsinstitut (STFI-Packforsk, CBI Betonginstitutet med flera). Energimyndigheten, som stött projekten Aware och Static!, är en statlig myndighet med uppdrag att finansiera forskning och bevaka energiföretag. Alltså en finansör precis som Vinnova. Själva finansieringsfrågan är inte alltid den viktiga, däremot att resultaten av den forskning som sker på universitet och högskolor redovisas öppet. Det kravet kan naturligtvis inte ställas på sådan forskning som äger rum inom ett företags research & development-avdelning.

ner. Alla designhögskolor är med, däremot inte någon av de konstvetenskapliga institutionerna på universitetens humanistiska fakulteter till exempel. Men de är välkomna, försäkrar Sara Ilstedt Hjelm. Det kostar 30 000 SEK som inträdesavgift. Då får de bidrag för att ha råd att hålla doktorander. Idag är 28 designforskare från hela landet, uppdelade i seniorer och juniorer, antagna vid Designfakulteten. De samlas i internat, på någon av de olika institutionernas hemort, sex gånger om året. Samt får olika typer stöd, undervisning och/eller handledning ända fram till disputation, som då sker vid det universitet där designforskaren är inskriven. Alla designhögskolor har ju inte examinationsrätt för doktorander. Är man doktorand på till exempel Konstfack måste man doktorera vid till exempel KTH. Precis så gjorde Sara Ilstedt Hjelm själv. Hon var förresten den första konstfackstudenten som doktorerade i industridesign i Sverige.

Men vad är det då som bestämmer vad den som forskar i design ska forska om? Och vem beslutar hur många doktorander som får chansen?

– Pengarna, säger Sara Ilstedt Hjelm helt framt.

– Hur mycket institutionen har råd med och vilken sorts pengar man har. En del av finansieringen kommer från ”fria” pengar, fakultetsmedel som skolorna får använda hur de vill. Då är det i hög grad upp till doktoranden att välja ämne. Den fria forskningen är enormt viktig för kompetensutvecklingen inom området. Ja, den är betydelsefull för oss alla. Designområdet är ju så tätt sammanlänkat med alla människors vardag, allas liv. Inom designforskningen måste det finnas möjlighet till reflektion, och ett slags space för ickekommersiell utveckling.

Vetenskapsrådet kanaliserar de statliga pengarna till grundforskning. Motsvarande uppgift sköts inom den så kallade tillämpade forskningen av statliga myndigheten

Vinnova, som är en viktig finansier till många tekniska projekt på KTH.

På Vinnova finns en viss nyfikenhet på design men ingen tradition av att finansiera designforskning.

– I de senaste skrivningarna upprepades ”design” flera gånger men bland de projekt som sedan finansierades fanns det inte med någonstans.

BEGREPPSUTVECKLING BEHÖVS

Att skaffa pengar är också en viktig uppgift på Sara Ilstedt Hjelmns bord. Det gäller att jobba strategiskt, att uttrycka önskemål och göra projektbeskrivningar så noggranna som möjligt, säger hon. För att hjälpa forskare att formulera bra ansökningar har Designfakulteten lyckats få loss lite pengar. Fyra olika ”plattformar” har identifierats: design och social innovation, internationella samarbetsprojekt, grundläggande forskning om vad designforskning är (ett slags metaforskning) samt grundläggande forskning om estetiska frågor: färg, ljus, rymd och så vidare. För varje plattform finns en pott på 75 000–200 000 kronor att dela ut enbart för arbetet med själva ansökningarna, som måste bli kraftfulla, tydliga och synliga så att möjliga finansierare – Vetenskapsrådet och andra branschorganisationer eller statliga institut – verkligen låter sig övertygas.

– Det finns så mycket att göra inom det här området, säger Sara Ilstedt Hjelm energiskt. Jag har räknat ut att bara här på KTH finns 52 forskningscentrum. Alla sitter och hittar på grejer men har sällan kontakter utanför. Innovationerna stannar innanför skolans väggar. Där skulle designforskningen kunna komma in för att hjälpa till att produktifiera forskningsresultat.

– Samtidigt är begreppsutvecklingen inom området jätteviktig. Så att man kan prata om saker och ting.

LOTTA JONSON

SARA ILSTEDT HJELMS professur skapades genom en donation av hotellkedjan Elites ägare Bicky Chakraborty. Tjänsten är på livstid till skillnad från de konstnärliga tidsbegränsade professurerna på designhögskolorna. Bicky Chakraborty ville att tjänstedesign skulle bli ett erkänt forskningsområde. Det passade ihop med det arbete som redan bedrevs på institutionen Maskinkonstruktion, där man inte bara tittade på produkter utan också på tjänster kring dem.

FÖRHÅLLANDET mellan KTH och Bicky Chakraborty regleras i ett kontrakt, som bland annat säger att donatorn inte får styra forskningsverksamheten.

Däremot fungerar han som samtalspartner och har kontakter med vissa studentprojekt. Enligt Sara Ilstedt Hjelm är det enbart en förmån att ha tillgång till någon från näringslivet som är så genuint intresserad av vad institutionen sysslar med.

DESIGNFAKULTETEN förestås av Peter Ullmark, professor vid HDK (Högskolan för Design och Konsthantverk), Göteborgs universitet. I ledningsgruppen finns – vid sidan av honom och Sara Ilstedt Hjelm – också Pelle Ehn, professor vid Malmö högskola och Henriette Koblanck, professor vid Högskolan i Kalmar.

Designer, visa er konkurrenskraft!

Den uppmaningen till alla designforskare kommer från högskole- och forskningsminister Lars Leijonborg som är ansvarig för propositionen som utlovar ett lyft för forskning och innovation. Dock inte specifikt för designforskningen, som inte ens nämns på de 300 sidorna.

I HÖSTAS KOM propositionen alla forskningsintresserade väntat på. Rubriken lovade gott – *Ett lyft för forskning och innovation* – framför allt i kombination med de ökade anslagen på hela fem miljarder kronor mellan 2009 och 2012.

Forskningspropositioner läggs fram vart fjärde år och arbetet med den senaste inleddes tidigt genom att flera utredningar tillsattes, lämnades och remitterades. Alla universitet och högskolor, forskningsråd och institut lämnade underlag med förslag. Utbildningsdepartementet säger sig ha haft en nära dialog med forskarsamhället och en av de organisationer som ombads komma med propåer var SVID. Med titeln *Designforskning för hållbar och innovativ tillväxt* presenterades i december 2007 deras förslag till regeringens forskningsstrategier. Sammanfattningsvis en rad instrumentella förslag till hur följande ambition ska uppnås: "Sverige ska tillhöra de ledande nationerna när det gäller användning av design och designforskning för såväl hållbar som innovativ tillväxt. Vidare skall Sverige vara en attraktiv part på den globala arenan avseende designforskning som del i denna utveckling."

Kort sagt bådade mycket gott väldigt länge. Tills man läst propositionen från pärm till pärm.

Lars Leijonborg, design nämns inte i "Ett lyft för forskning och innovation", ändå ses området av många departement som viktigt med både stark samhällsnytta, innovationskoppling och kommersiell kraft. Kommentar?

– Den grundläggande principen är att regeringen inte ska lägga sig i detaljstyrning av forskning. Den styrning som gjorts, strategiska områden, har framkommit efter förslag från vetenskapssamhället. Design är en viktig del av produktutveckling och ingår i företagets forskning och utveckling. Om den även är viktig i forskning inom de utpekade områdena är en sak som forskningsfinansiärerna och universiteten och högskolorna får avgöra.

Kan man hoppas på att de områden som inte nämns denna gång kommer att prioriteras längre fram?

– Propositionen är en historisk nystart för svensk forskning – fem miljarder kronor satsar vi. Den största delen av dem går direkt till

Lars Leijonborg,
högskole- och
forskningsminister.



FOTO: PAVEL FLATO

universitet och högskolors fria forskning. Där tävlar alla discipliner om pengarna. Den senaste tiden har det talats mycket om behovet av kraftsamling.

I en tid när mänskligheten står inför stora utmaningar som klimatkrisen och sjukdomar är det viktigt att vi kan koncentrera våra resurser och skapa några forskningsmiljöer av absolut världsklass. Mot den bakgrunden har vi, utöver de stora satsningarna på grundforskning, också valt att peka ut några områden som vi kallar strategiska. De har valts ut i nära dialog med vetenskapssamhället.

Hur är det tänkt att pengarna i praktiken ska kanaliseras, ta design som exempel, ett gränsöverskridande ämne som berör många olika forskningsdiscipliner?

– De nya pengarna i forskningspropositionen ska kanaliseras på flera olika sätt. Ett sätt är de strategiska satsningarna där mycket pengar ska gå ut för att finansiera forskning inom specifika områden, till exempel cancerforskning och energiforskning. Dessa medel ska betalas ut direkt till universitetens fakulteter, efter att det gjorts en kvalitetsbedömning av vilka universitet som har den mest konkurrenskraftiga forskningen inom respektive område. Utvärderingen görs av olika forskningsråd beroende på vilket område det handlar om.

Ett annat sätt är den allmänna stärkning av fakultetsmedlen som görs. Dessa medel betalas också ut direkt till universitetet, baserat på en kvalitetskonkurrens där högskolornas förmåga att publicera sig samt att få in extern finansiering är viktiga framgångsfaktorer.

Till skillnad från de strategiska satsningarna är detta resurstillskott inte områdesbestämt, utan respektive universitet/högskola kan själva avgöra hur medlen bör fördelas mellan olika områden.

En tredje viktig väg är resurstillskottet till forskningsrådet Vetenskapsrådet, Formas, Fas och Vinnova som får mer pengar att dela ut till forskning. Denna utdelning grundas på kvalitetsbedömningar av de olika projektansökningar som de tar emot.

Så för de områden som inte bedöms som strategiska gäller medel från fakulteterna och forskningsområden?

– Ja, designforskning är inte ett av de områden som utgör en strategisk satsning i propositionen. Däremot förekommer IT-design som en del av satsningar på IT för att framställa bättre flygplanstyper i framtiden. Forskare inom designområdet får helt enkelt visa sig konkurrenskraftiga i förhållande till forskare från andra områden, dels inom universitetet, dels i sina ansökningar till forskningsråden.

När kommer pengarna att fördelas?

– Pengarna faller ut över de fyra år propositionen omfattar, men det är mer pengar i början än i slutet av perioden.

För att få en vettig forskning, där alla inom samma område har koll på varandra, har staten någon slags överblick över alla olika kanaler och institutioner? Eller är korsbefruktningar och fördelning av medel upp till institutionerna själva?

– En grundbult i den svenska forskningen är dess frihet och därför är givetvis alla typer av samarbetsprojekt och medelfördelning helt upp till universitet och högskolor och i slutändan till varje enskilt forskarlag.

Hur kommer de så kallade innovationskontoren att fungera?

– Tanken är att det ska finnas innovationskontor på sju universitet och högskolor runt om i landet, men de ska också hjälpa forskare från universitet och högskolor som inte har innovationskontor. Forskare som har kommit på något de tror går att kommersialisera ska kunna gå till dessa kontor och få hjälp med att omvandla forskningsgenombrottet till en produkt.

Sålunda kan dessa konkret gynna designforskningen?

– Den allmänna förstärkningen av fakultetsmedlen ger universitet och högskolor möjlighet att utöka omfattningen av den designforskning de bedriver, utefter sina egna prioriteringar. Förstärkningen av forskningsråden ger dessa möjlighet att finansiera mer forskning inom designområdet, utifrån sina prioriteringar. Forskningspropositionen innehåller också en särskild satsning som kanske lämpar sig för designforskare då Vetenskapsrådet ges ett särskilt uppdrag att finansiera forskning inom kultur- och konstområdet. Designverksamhet som ligger nära det konstnärliga området kan ansöka om dessa medel.

En annan satsning, "Hållbara städer", som regeringen ger 340 miljoner kronor, kommer även den att innebära forskningsinsatser? Inte heller där nämns vare sig design eller arkitektur som ju borde ligga till grund för just stadsplanering. Kommentar?

– I propositionen nämns att hållbart samhällsbyggande är ett forskningsområden som Formas bör uppmärksamma.

Det som lyfts fram i den texten är energieffektivitet och att Formas bör arbeta närmare Statens energimyndighet i frågan. Detsamma gäller här, det finns många områden inom byggande som behöver uppmärksammas för att få bra och hälsosamma hus. Regeringen styr inte finansierarna genom att räkna upp alla dessa, och därmed ge signal om något enskilt område inte nämns. Den överskuggande frågan nu är energieffektivitet och hållbart byggande och den lyfts därför fram. Vad som behövs för att genomföra dessa, till exempel design, är en sak som finansierare och projektledare ska avgöra.

DÅ DESIGNOMRÅDET inte på något sätt är prioriterat på Utbildningsdepartementet ber jag Maud Olofsson svara på några av frågorna till Lars Leijonborg. Hon som i alla fall några gånger hävdade vikten av designområdets utveckling som angelägen för både samhällsnytta och innovativ konkurrenskraft.

Designområdet inte nämns i Ett lyft för forskning och innovation – Vad anser du om det?

– En stor del av satsningarna i propositionen gäller ökade medel som går direkt till universitet och högskolor. Dessa medel är avsedda att stärka universitetens förmåga att bedriva långsiktig kvalificerad forskning inom de områden universitetet prioriterar. Samverkan med näringslivet behandlas också i propositionen, bland annat genom en ändring i högskolelagen som innebär att samverkan med näringslivet ska ingå som en integrerad del i universitetens uppgifter att bedriva utbildning och forskning. Det innebär sammantaget att även forskningsområden som design och arkitektur får bättre förutsättningar.



Maud Olofsson, näringsminister.

FOTO: PAMEL FLAHO

Finns diskussioner på Näringsdepartementet om behov av nya forskningsområden, har ni kontakt med Utbildning i frågan?

– Det finns alltid behov av nya forskningsområden. För närvarande förutses dock inga planer på ytterligare generell styrning från regeringens sida när det gäller att prioritera dessa. Även här gäller att universiteten och högskolorna har en viktig uppgift att prioritera forskning inom områden som är relevanta på såväl kort som på längre sikt.

Har Näringsdepartementet stimulerat något som bidrar till att design- och arkitekturområdet utvecklas?

– När det gäller forskning kring hållbar stadsutveckling, så kan nämnas att regeringen i december 2008 gav ett uppdrag till Verket för innovationssystem, Vinnova, att inom en ram på 40 miljoner kronor genomföra en satsning på forskning och kunskapsutveckling inom miljöteknikområdet. En del av detta uppdrag avser en särskild satsning på forskning om hållbart stadsbyggande, med det uttalade syftet att eftersträva en fortsatt utveckling av den goda kunskapsnivå som finns i Sverige inom området systemlösningar för hållbart stadsbyggande. I regeringsuppdraget till Vinnova anges att vid genomförandet av satsningen ska design- och arkitektur aspekter särskilt beaktas.

– Utöver det har vi gett ett bidrag på två miljoner kronor till SVID, Stiftelsen Svensk Industridesign, för genomförande av en internationell workshop i Gällivare på temat ”Att flytta en stad”. Avsikten är att, i samband med att vissa områden måste flytta på grund av gruvindustrins expansion, så ska Gällivare kunna bli ett praktikfall för hur ett samhälle kan hantera en omflyttningsprocess som sätter människan i centrum med hjälp av design.

SAMMANFATTNINGSVIS kan sägas att det gäller att slåss för sitt område, för bibehållna och för ytterligare medel. Att stimulera kommersialisering av forskningsresultaten är ett tydligt tecken på att forskarens roll är på väg mot företagarens, med införsäljningsteknik och marknadsföring som två viktiga parametrar, snart lika viktiga som själva kärnuppgiften.

Vad forskarna själva anser om denna utveckling återkommer vi till i nästa nummer av Research Design Journal.

SUSANNE HELGESON

Förändra förändringen!

Man måste ha koll på utvecklingen i samma skede som den pågår, kunna förändra förändringen. Det konstaterades på Changing the Change, som särskilt riktade sig till forskare inom designområdet. Temat var hållbar utveckling och alla var ense om att de mål som styr samhället idag inte håller. Några politiska frågor fanns dock inte på dagordningen.

VAD ÄR DESIGN? Vad skulle design kunna vara? Skulle design kunna påverka utvecklingen på ett positivt sätt, mot ett samhälle som står mer i samklang med naturen? Kan design hjälpa till att ta fram hållbara alternativ? Som yrkesutövande inom designområdet är det omöjligt att undgå den typen av frågor. Men vad händer? Ingenting. Även om intentionerna många gånger är goda – de flesta designer vill förmodligen arbeta mot det mer ekologiskt hållbara – så fortgår allt i samma gamla hjulspår. I själva verket är den övervägande delen av all designrelaterad verksamhet mer en del av problemet än lösningen på det hela. Resursslöseri, nedsmutsning och produktionen av allehanda skräp tycks knappast minska.

För att kunna bryta trenden måste man nå längre, ändra på utvecklingen, förändra förändringen. Om det handlade

Changing the Change, en internationell konferens om hållbar designforskning som hölls i italienska Turin i somras. Den resulterade i ett slags manifest, en agenda, för alla forskande inom designområdet. Bland initiativtagarna fanns Ezio Manzini, miljödebatterande designer sedan många år. Han fungerade också som Changing the Changes vetenskapliga koordinator och var den som ledde hela arrangemanget. Inbjudna var kända designprofiler och designforskare från alla världsdelar.

REDAN I inledningsanförandet konstaterade Manzini att om designområdet överhuvudtaget skulle kunna ha en chans att förändras och få mer av problemlösande karaktär måste forskningskulturen utvecklas. Den måste öppna upp och ta in nuet runt omkring. Och även om politiska



Bildkollage från Changing the Change-konferensen i Turin.

1. Stadsmiljö och hållbar design var ämnet för många av de redovisade projekten. Här Giordana Ferris "Visions – Ways of producing" om bland annat matproduktion i staden.
2. Lapp med en önskan framförd under en workshop.
3. Konferensordföranden Ezio Manzini, Politecnico di Milano.

samtidsfrågor hölls på avstånd under konferensen, fanns det ändå ett slags undermening att designer och designforskare måste bli mer aktiva och fronta omvärlden. De måste bli radikala förändrare av samhället i stort, annars är det kört. Både för världen och för dem själva; istället för att marginaliseras måste designforskningen gå ut på att hjälpa individer och samhällen att återskapa sociala strukturer och att reducera sina ekologiska fotavtryck så att de går mot ett ingenting.

CHANGING THE CHANGE pågick i tre hela dagar. I öppna föreläsningar talade till exempel Bill Moggridge, USA, om sitt företag IDEO:s designmetodik som han menade har förfinats och breddats genom åren. Numera är det självklart att både psykologexpertis och miljökunliga

medarbetare finns med i alla led. Även om klimathotet skuggar vår tillvaro så ger tekniken ändå visst hopp, menade han. Och pekade på den japanske socialantropologen med mera Shinichi Takemuras Tangible Earth – en interaktiv modell av jorden. Med hjälp av digital teknik åskådliggörs planetens hälsoutveckling och det är just vad som behövs för att människor ska förstå och vilja förändra sitt beteende; emotionell förståelse (www.tangible-earth.com).

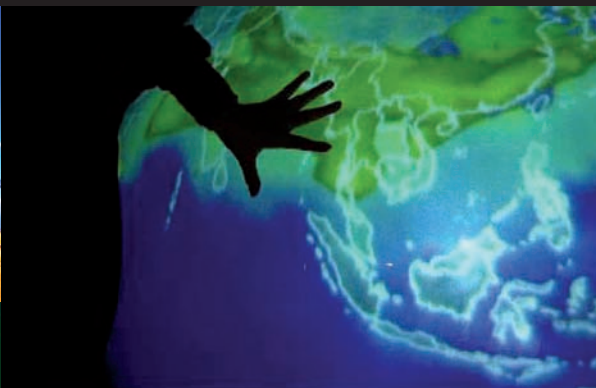
Chris Ryan från Melbourne talade om hur Australiens politiker stöder designområdet i stort genom att pusha för ökad produktion samtidigt som man talar om en mer ekologiskt klimatvänligt och åtstramad konsumtion. Det hela går inte riktigt ihop. Västvärlden agerar inom ramen för en enda stor paradox.



4



5



6



4. Projektet "Beyond 1000 Suns" handlar om nytt sätt att samla solenergi. Forskningen bedrivs vid Bezael Academy of Art and Design (Israel). 5. Julia Walden, Sheridan Institute of Technology & Advanced Learning, Kanada, talade om den framtida staden och visade ett exempel från Shanghai's Longyang Road Maglev Train Station. 6. Shinichi Takemura demonstrerar sin interaktiva modell av jorden, Tangible Earth.

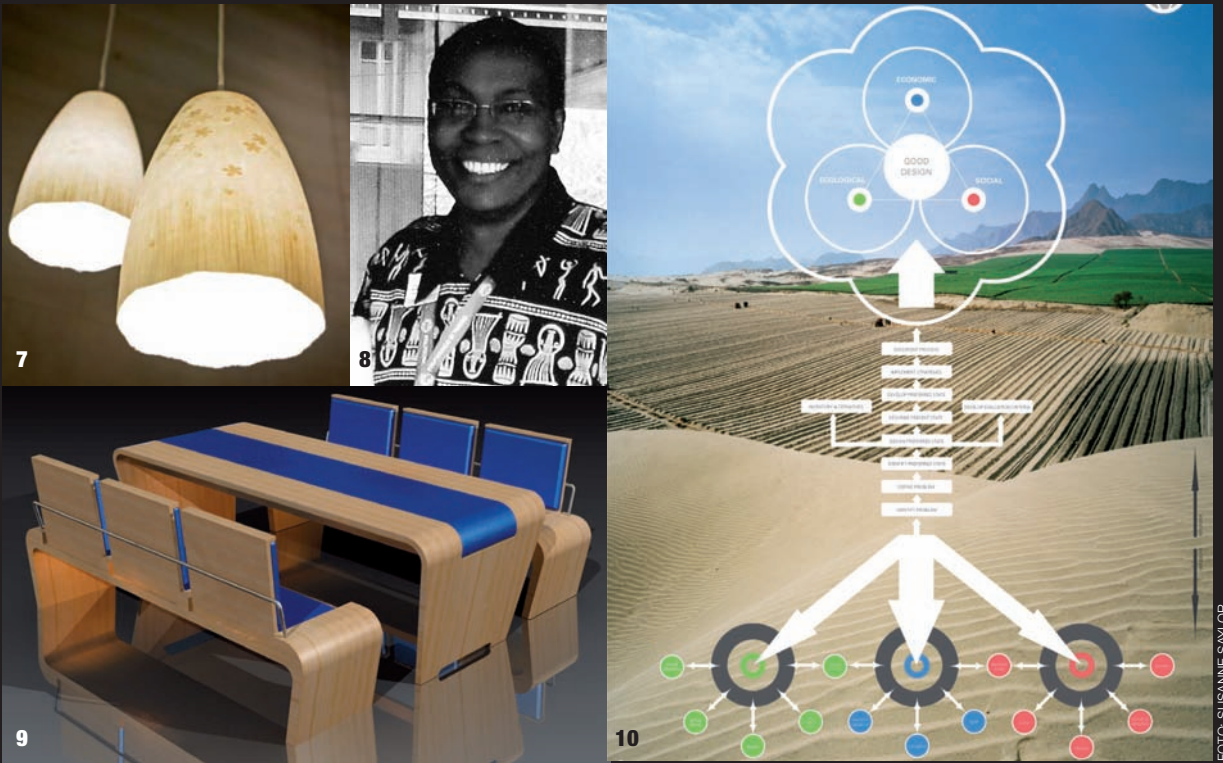
Mugendi M. Rithaa, från Kenya och Sydafrika, beskrev Afrika på ett för en gång skull praktiskt taget alltigenom positivt sätt, som en kontinent med stor kunskapsörst och ännu större potential inte minst vad gäller en möjlig miljövänlig designutveckling. Publiken älskade att höra honom – ett ljus i miljömörkret. Också Aguinaldo dos Santos, Brasilien och Lou Yongqi, Kina, berättade om positiva inslag från respektive länder. Om ekologiska experiment runt om Brasiliens många provinser respektive om ett miljöuppvaknande som tycks vara gång på i Kina efter många bistra erfarenheter från senare år.

Det gemensamma programmet bröts upp av sex olika remablock med parallella sessioner. Samanlagt lades 163 i förväg godkända "papers", fram inför konferensdeltagarna. Bara ett enda svenskt inslag fanns bland dessa: Ramia

Mazé från Interactive Institute talade under rubriken "Criticality Meets Sustainability" om erfarenheter från forskningsprojekten Static! och Switch!.

I ÖVRIGT VAR lektorn på Malmö Högskola Håkan Edeholt med och presenterade ett projekt från industridesigninstitutionen vid Arkitektur- och designhögskolen i Oslo: "Design (X) Diaspora – implementing sustainable development in developing countries". Och Mathilda Tham, adjungerad professor i Mode på Beckmans, talade tillsammans med en kollega om ett forskningsprojekt vid Department of Design, Goldsmiths, i London: "Metadesign tools, Designing the seeds for shared processes of change".

Som alltid känns det på den här typen av konferenser



7. Om utvecklingen i Asien talade Fumikazu Masuda, Tokyo Zokei University och visade på gammalt och nytt i nya kombinationer, japanskt papper format med ytterst avancerad gjutningsteknik. 8. Populäre talaren Mugendi M. Rithaa, Cape Peninsula University of Technology, Sydafrika. 9. Matsalsmöbelen ingår i "Sybaris", ett projekt om bra snabbmat, Ecole de Design de Nantes Atlantique. 10. Från brittiska EcoLabs och Jody Boehnerts projekt "Design & Transition".

svårt att välja. Att vara med på alla dragningar är en fysisk omöjlighet (förmodligen också en psykisk dito, det finns gränser för vad man förmår ta in).

Kvaliteten på de olika projekt jag hann med varierade, somliga tycktes alltför teoretiska medan andra verkade rätt elementära. Men det egentliga värdet av att ha varit med handlar mest om kontakter och möjligheten att bevakta vad som händer med presenterade idéer allteftersom de utvecklas vidare.

MANIFESTET DÅ? Eller Design Research Agenda som slutdokumentet kallades?

Jo, agendan innehåller många fina ord, många idealistiska formuleringar. Där finns vissa definitioner och bakgrundsfaktorer som alla enades kring och vidare sex

olika särskilt angelägna områden uppdelade på tre huvudfrågor.

"Ways of living" handlar om behovet av radikala förändringar vad gäller allt från livsstil till synen på vad som är harmoni och personlig balans. Den andra huvudfrågan är "Ways of producing" som tar upp lokal produktion i ett globalt samhälle och talar om vilken roll design kan spela när det gäller lokal och regional utveckling, om "people to people" och "open sources". Det mest konkreta presenteras under rubriken "Ways of designing". Den punkten handlar bland annat om att upprätta nätverk och bereda plats för nya professionella designer som är visionärer och förmår att visualisera sina visioner. Den tar upp att framtidens designer måste stödja nya affärsmodeller och katalysera förändringar. De bör formge servicemodeller



11. Modeprojektet "Fashion that helps us flourish" (Kate Fletcher och Lynda Glöse). 12. Föredragshållaren Bill Moggridge, IDEO, USA. 13. Chris Ryan, Melbourne University, en av huvudtalarna. 14. Idén att odla mat lokalt i staden förekommer i många storstäder, bland annat Toronto. Presentation av Richard A. Brault.

ler istället för produkter och gå från det individuella till olika typer av samarbeten.

TILL INTET FÖRPLIKTANDE "överenskommelser" har tyvärr en tendens att falla i glömska. Risken är stor även när det gäller Changing the Change-manifestet. Att

designforskningen ska stå mitt i samhället men bortom både politik och ekonomi verkade vara en underförstådd överenskommelse i Turin. På så sätt kunde allt eventuellt politiskt käbbel undvikas. Men frågan är bara om inte de vackra orden blir ett alltför uddlöst vapen i kampen för det hållbara samhället.

LOTTA JONSON

MER OM CHANGING THE CHANGE

Den som vill läsa mer om Changing the Change kan gå in på: www.changingthechange.org. Där finns hela slutdokumentet Design Research Agenda. Dessutom ligger fullständig dokumentation av konferensen i bokform på nätet, 1 806 sidor i pdf-format. Ladda ner på: <http://allemandi.com/cp/ctc/ebook.php>



Ohållbar design

av Peter Dobers och Lars Strannegård

Formgivare ska designa för hållbarhet och konsumenterna ska konsumera mindre! Så lyder de uppfordrande kraven på vad som behöver göras. Men konsumenter vill inte först och främst ha en hållbar utveckling, de vill ha identitet.




Peter Dobers,
professor, Skola för hållbar
utveckling av samhälle och
teknik, Mälardalens högskola



Lars Strannegård,
professor, Department of
Business Studies, Uppsala
universitet

Är det möjligt att designa en hållbar värld? I några aktuella publikationer framhålls att det skulle vara möjligt (till exempel Thorpe, 2008, Williams, 2007). Den underliggande retoriken är att produkter, tjänster och byggda miljöer som uppfyller principer för ekonomisk, social, kulturell och ekologisk hållbarhet har stora möjligheter att vända utvecklingen på jorden. Detta ställer vi oss mycket skeptiska till. I denna artikel hävdar vi, i en något pessimistisk ton, att design har mycket begränsade möjligheter att åstadkomma en hållbar förändring. Även om designdiscipliner som arkitektur, stadsplanering, industridesign och produktdesign just nu genombläses av gröna vindar så hittar vi få argument för att dessa idéer kommer att bli långlivade eller att de kommer att få brett genomslag. Skälet är att produktion såväl som konsumtion inte står utanför modets nycker. I utvecklade ekonomier är det estetik, upplevelser och jakten på ombyten och ständig förbättring som driver företagets intäcksströmmar i allt ökande utsträckning. Därmed riskerar hållbar konsumtion att bli ett slagord och ett pikant men övergående modedefenomen (Dobers och Strannegård, 2005).

Västerländska ekonomier är överfyllda med fysiska produkter och den materiella konsumtionen ökar, även om den pågående finanskrisen kanske gör ökningstakten något lägre i många länder. Men likväl ökar konsumtionen av materiella resurser. Även om industriproduktionen blivit effektivare så är den ständigt ökande produktionen och användningen av varor och tjänster ett tydligt hinder på vägen mot ett hållbart samhälle (Gardner, Assadourian och Sarin, 2004). I takt med att industrins hjul rullar allt snabbare kommer också ett antal allvarliga ekologiska problem upp till ytan. Produkter och tjänster flödar över ett ökande antal av mättade marknader och företag behöver söka efter nya kreativa sätt att sälja sina produkter och tjänster. Företag blir mer sofistikerade i sin marknadsföring och försäljning, och därmed på att utnyttja den ständigt ökande konsumtionshungern. Ur ett hållbarhetsperspektiv är detta dåliga nyheter. Forskare har föreslagit att strävan mot ett hållbart näringsliv kräver åtgärder såsom grön redovisning (Gray och Bebbington, 2001), grön produktutveckling (Ritzén, 2000), livscykelbedömningar (Baumann 1998, Baumann och Tillman, 2004), nya konsumtionsmönster (Soler, 1996), grön marknadsföring (Belz, 2001) och funktionsförsäljning (Söderström, 2004). Huvuddelen av de inflytelserika texterna inom akademiska discipliner som rör företag och miljö är normativa och tekniska i meningen att de pekar på vad som behöver göras för att nå en mer önskad framtid (Dobers och Wolff, )

← 2000). Den akademiska världen har genererat betydande kunskaper om att den nuvarande situationen är ohållbar och att olika insatser krävs för att vända utvecklingen. Trots detta händer det mycket lite i praktiken. År efter år blir vi varse om att världen, i miljömässiga termer, är i sämre skick än någonsin tidigare (Worldwatch Institute, 2007).

Den uppmaning som upprepas gång efter annan från den normativt inriktade forskningen är att konsumtionsmönstren måste brytas, livsstilar behöver förändras och det sätt på vilket produkter och tjänster tas fram, distribueras och konsumeras måste göras om i grunden. Den allmänna kritiken av dagens affärssystem är att ett produktionssystem inriktat på ständigt ökande tillväxt och konsumtion skapar ett av de allvarligaste hindren för hållbar utveckling, särskilt när affärsmetoder går från att riktas mot människors behov till att utnyttja deras längtan (Böhme 2003). I stället måste produktionssystemet ur alla aspekter vara kopplat till konsumenternas behov.

Mot denna bakgrund hävdar vi att studier av hållbar design inte tillräckligt beaktat livsstilskonsumtion och identitetsfrågor. Genom att peka på samtida konsumtions- och produktionsmönster, och koppla dem till identitetsfrågor försöker vi länka ihop hur design och hållbarhet förhåller sig till varandra.

KONSUMTION: ETT LIVSSTILSPROJEKT

En allt större del av världen kan beskrivas som del av ett konsumtionssamhälle. Uppskattningar visar att det finns 1,7 miljarder medlemmar av "den globala konsumentklassen" (Bentley, 2003; Gardner, Assadourian och Sarin, 2004). Dess medlemmar har inkomster på mer än 7 000 USD i så kallad purchasing power parity (en inkomstberäkning av köpkraften i lokal valuta). Trots att nivåerna av välstånd skiftar är konsumentklassen typiska användare av tv, telekommunikation och internet, inklusive hela den samtida mediekulturen och de ideologier som dess produkter sprider.

Man skulle kunna tro att de flesta av medlemmarna i konsumentklassen finns i industrialiserade nationer i väst. Nästan hälften av dem, kommer dock från utvecklingsländer (ibid). Även om det helt klart finns en växande klyfta mellan de få mycket rika och många fattiga, så står det bortom rimligt tvivel att både materiell livsstil och konsumentkultur har blivit tillgängliga för en växande medelklass i hela världen.

Vi har antagligen bara sett början av denna utveckling, som med all sannolikhet kommer att accentueras framöver. När man tittar på topplistan avseende konsumtion bland världens befolkning år 2002, ledde USA listan i absoluta tal (242,5 miljoner), strax före Kina (239,8 miljoner) och långt före Indien (121,9 miljoner). Men när man tittar på andelen konsumentklass av den nationella befolkningen, får vi en stark aning om vad som kommer att hända när konsumentklassen i de två mest befolkade länderna i världen växer: i USA är andelen konsumentklass 84% av landets befolkning, medan den är betydligt mindre i både Kina (19%) och Indien (12%) (Gardner, Assadourian och Sarin, 2004). Naturligtvis har en ökad konsumtion blivit ett problem både i de utvecklade ekonomierna i Europa och Nordamerika samt i de växande ekonomierna i Asien.

Ett antal böcker som publicerats sedan början av 1990-talet dokumenterar en ökad frustration över samhällen som organiseras kring konsumtion (Schor, 1993; Schor 1998; Cross 2000; Kasser 2003). I dessa ses konsumtionen som en flykt från tristess i vardagen (Cohen och Taylor, 1972), som ett sätt att skapa en egen livsstil och identitet genom att konsumera varor och tjänster med särskilda sociala tillskrivningar (Featherstone 1991), för att inte tala om hur beklädning och heminredning förväntas fungera som trygghetsmarkörer som kopplas till känslor (Löfgren 1990; Sanne 2002).

Konsumtionen är således ett starkt verktyg för att signalera tillhörighet och exkludering från vissa grupper och vissa identiteter. Vi ansluter oss därmed till Sannes (2002) argument när han föreslår att signalsystemet inte förutsätter kommersiella markörer och att männi-

skor i grunden mest vill göra sig själva sedda och inte konsumera. På en mer subtil nivå av mänsklig ambivalens, står människor inför ett nästan oändligt antal val, vilket innebär att de också står inför existentiellt tvivel och osäkerhet när de försöker att ta itu med flera identiteter från en relativ kontext till ett annan (Gergen 1991; Wynne 1992, p 295). När människor som litar på ett varumärke, ett företagsnamn eller en social institution ska konsumera en viss vara eller tjänst, kan detta förtroende vara ett ytligt mått på en djupare nivå av existentiell ambivalens och social ångslan. Konsumtion är alltså mycket mer av en process som involverar sociala och kulturella relationer än en kognitiv, enskild handling. Det är en pågående process som äger rum i samhällen där exkludering, isolering och individualisering är naturliga inslag (Giddens, 1990; Beck, 1992; Beck, 1994; Giddens, 1994).

HÅLLBAR KONSUMTION OCH DESIGN

Den senaste tidens försök att ta hänsyn till den sociala och kulturella sidan av hållbarhet omfattar begreppen "mindre konsumtion" (Sanne 2002; Sanne 2005), "lycka" (Putnam 2000; Layard 2005), eller "välfärd och ett gott liv" (Gardner, Assadourian och Sarin, 2004). Ett starkt kritiserat uttalande är "mer fritid, mindre arbete", vilket innebär att genom att arbeta mindre kommer människor att få mer tid för fritid, men mindre ekonomiska resurser att spendera på konsumtion.

Utmaningen ligger i att förflytta människors tidsanvändning till sådant som inte kräver materiell konsumtion. Den senaste tidens arbete om lycka och sociala band talar om förhållandet mellan ökad rikedom och lycka. I en bok baserad på en stor uppsättning empiriska belegg behandlar Richard Layard (2005) det faktum att människor inte blivit lyckligare trots att deras samhällen i västvärlden har blivit rikare. Väst har mer kriminalitet, mer alkoholism och mer depression än för 50 år sedan, även om den genomsnittliga inkomsten har fördubblats under samma period (Layard, 2005). Det verkar som en inkomst över 20 000 USD inte är någon garanti för lycka och ett bra liv. Alltså, extra inkomst tycks betyda mer för människor med lägre inkomster än för personer med större. Utmaningen här är att undvika att fångas i spiralen av att vilja ha mer för att upprätthålla lyckan; ju mer vi tjänar, desto mer vill vi konsumera.

Definitionerna av begreppet välbefinnande varierar, tenderar att samlas kring teman så som:

- mat, logi och en säker utkomst
- god hälsa och en god miljö
- goda sociala relationer, en upplevelse av socialt sammanhang och ett stödjande socialt nätverk
- trygghet, både avseende personlig säkerhet och personliga ägodelar, och
- frihet, som innefattar förmågan att uppnå potentiell utveckling (Millennium Ecosystem Assessment, 2003; Gardner, Assadourian och Sarin, 2004, sid 165).

I en officiell rapport om hållbar konsumtion från den svenska regeringen (SOU2005: 51 2005), är utredarens förslag enkelt, men inte till mycken hjälp: "Produkter och artefakter bör utformas på ett hållbart sätt och med en estetik som bidrar till att vi använder dem under längre tidsperioder i vårt hushåll." De nödvändiga, övergripande förändringar som presenteras i rapporten är "förnöjsamhet", det vill säga en tillfredsställelse med det rådande läget. Därför föreslår utredaren på uppdrag av den svenska regeringen att eftersom ett hållbart samhälle kräver det ska konsumenter avstå från att ständigt sträva efter mer. Ett förslag om hur ett sådant byte av tänkesätt ska kunna uppnås presenteras dock inte i rapporten.

Dessa normativa rop på hållbarhet är mycket vanliga i studier av konsumtion och hållbarhet. Området hållbar design är inte annorlunda. Ordet "måste" och "nödvändigt" är alltså närvarande i akademiska rapporter liksom handböcker och undersökningar. Ett bra exempel är den konferens "Changing the change" som ägde rum i Turin, Italien under som-

← maren 2008. Den designorienterade konferensen omfattade en rad anföranden och workshops som kretsade kring frågan om hur formgivare kan arbeta för att öka hållbarheten. Konferensens motto lyder "Changing the change syftar till att ge ett betydande bidrag till en nödvändig omvandling som innebär att ändra riktning på aktuella förändringarna mot en hållbar framtid." Konferensen avslutades med en presentation av en designforskningsagenda för hållbarhetsforskning. I forskningsagendan ingår ett antal bakgrundsuttalanden, det vill säga idéer som måste delas av dem som avser att delta i forskningsprogram. De första rapporterna löd:

- Hållbar utveckling måste vara det övergripande målet för all designforskning.
- Hållbarhet innebär en systemisk förändring som ska främjas på lokal och global nivå. Det kommer att ske med hjälp av ett brett socialt lärande, en omorientering mot ett hållbart kunskapssamhälle.
- Designforskning måste driva den sociala inlärningsprocessen mot hållbarhet med nödvändig designkunskap. Det betyder utvecklandet av visioner, förslag, verktyg och funderingar för att förmå olika aktörer att samarbeta och ta konkreta steg mot ett hållbart kunskapssamhälle.

Det normerande draget är följaktligen mycket tydligt. Designer ska minimera all verksamhet som äventyrar vägen mot hållbarhet.

HÅLLBARA IDENTITETER? BARA FÖR EN BEGRÄNSAD TID

Ropen på grön design är alltså normativa och fulla av krav på vad som behöver göras. På senare år har gröna frågor och hållbarhet blivit hett stoff i livsstilsorienterade tidskrifter som *Time Style and Design*, *Vanity Fair* och *Financial Times How to Spend It*. Argument som förts fram redaktionellt är att en förändring är på gång och att konsumenterna blir allt mer medvetna om miljön och andra etiska frågor. Begrepp som "Green Chic" lanserades, och allehanda exempel på konsumtionen var på väg att bli mer miljövänlig presenterades. Men så snart den ekonomiska krisen drabbade världsmarknaden föreföll intresset för hållbarhet vara som bortblåst. Miljöproblem och klimatbekymmer som varit hett nyhetsmaterial bara några månader tidigare kylades plötsligt av. Miljöfrågorna försvann hastigt från designavdelningarna i livsstilsmagasinen, försäljningen av miljöbilar gick ned med 40% på någon månad, och den gröna arkitekturen blev plötsligt ersatt av diskussioner om det överhuvudtaget finns pengar att bygga något för. Hållbar design är ett mycket skört begrepp och normativa samtal gör väldigt lite i en mode-, trend- och identitetsorienterad värld. Eller med andra ord: hållbar design som begrepp och som kollektivt intresse är ohållbar.

Alltså, de normativa uppmaningarna gör liten nytta. Påbuden om hållbar design måste ta hänsyn till användarna i mycket större utsträckning än vad som sker idag. Hållbarhet är, liksom alla ideologiska koncept, föremål för mode. Och därmed behövs en hermeneutik förståelse för konsumtion och designprocesser som expressiva projekt. Om man inte sätter konsumtion i ett hermeneutiskt ljus blir normativa påbud om hållbar design uddlösa. Kort sagt, det moraliska imperativet verkar vara klart: designer ska designa för hållbarhet och konsumenterna skall konsumera mindre. Men pragmatiken tycks tala ett annat språk: konsumenterna i den utvecklade världen vill inte ha en hållbar utveckling i sig, de vill ha identitet.

- Baumann, Henrikke och Tillman, Anne-Marie**, *The hitchhiker's guide to LCA. An orientation in life cycle assessment met*, (Lund: Studentlitteratur, 2004).
- Beck, Ulrich**, *Risk society. Towards a new modernity*, (Theory, Culture & Society), (London: Sage Publications, 1992).
- Beck, Ulrich**, *The reinvention of politics. Towards a theory of reflexive modernization. I: Ulrich Beck; Anthony Giddens och Scott Lash (red), Reflexive modernization*, (Stanford: Stanford University Press, 1994), sid 1-55.
- Belz, Frank**, *Mobility CarSharing. Successful marketing of eco-efficient services. I: Ken Green; Peter Groenewegen och Peter S Hofman (red), Ahead of the curve. Cases of innovation in environmental management*, (Dordrecht: Kluwer Academic Publishers Group, 2001), sid 133-141.
- Bentley, Matthew**, *Sustainable consumption. Ethics, national indices and international relations*, (Paris: American Graduate School of International Relations and Diplomacy, 2003).
- Böhme, Gernot**, *Contribution to the critique of the aesthetic economy*, Thesis Eleven (2003), nr 73, sid 71-82.
- Cohen, S och Taylor, L**, *Escape attempts. The theory and practice of resistance to everyday life*, (London: Routledge, 1972).
- Cross, Gary**, *An all-consuming century. Why commercialism won in modern America*, (New York: Columbia University Press, 2000).
- Dobers, Peter och Strannegård, Lars**, *Design, lifestyles and sustainability. Aesthetic consumption in a world of abundance*, Business Strategy and the Environment (2005), årg 14, nr 5, sid 324-336.
- Dobers, Peter och Wolff, Rolf**, *Competing with soft issues. From managing the environment to sustainable business strategies*, Business Strategy and the Environment (2000), årg 9, nr 3, sid 143-150.
- Featherstone, Mike**, *Consumer culture and postmodernism*, (London: Sage, 1991).
- Gardner, Gary och Assadourian, Erik**, *Rethinking the good life. I: Worldwatch Institute (red), State of the world 2004. Special focus: The consumer society*, (New York: W W Norton & Company, 2004), sid 164-179.
- Gardner, Gary; Assadourian, Erik och Sarin, Radhika**, *The state of consumption today. I: Worldwatch Institute (red), State of the world 2004. Special focus: The consumer society*, (New York: W W Norton & Company, 2004), sid 3-21.
- Gergen, Kenneth J.**, *The saturated self*, (New York: Basic Books, 1991).
- Giddens, Anthony**, *The consequences of modernity*, (Cambridge: Polity, 1990).
- Giddens, Anthony**, *Living in a post-traditional society. I: Ulrich Beck; Anthony Giddens och Scott Lash (red), Reflexive modernization. Politics, tradition and aesthetics in the modern social order*, (Stanford: Stanford University Press, 1994), sid 56-109.
- Kasser, Tim**, *The high price of materialism*, (Cambridge: MIT Press, 2003).
- Layard, Richard**, *Happiness. Lessons from a new science*, (London: Penguin Books, 2005).
- Liedman, Sven-Eric**, *I skuggan av framtiden. Modernitetens idéhistoria*, (Stockholm: Bonnier Alba, 1997).
- Löfgren, Orvar**, *Consuming interests, Culture and History* (1990), årg 7, sid 7-36.
- Millennium Ecosystem Assessment**, *The Ecosystems and human well-being. A framework for assessment*, (Washington, DC: Island Press, 2003).
- Putnam, Robert D**, *Bowling alone. The collapse and revival of American community*, (New York: Simon & Schuster, 2000).
- Sanne, Christer**, *Willing consumers—or locked-in? Policies for a sustainable consumption*, Ecological Economics (2002), årg 42, sid 273-287.
- Sanne, Christer**, *The consumption of our discontent*, Business Strategy and the Environment (2005), årg 14, nr 5.
- Schor, Juliet B**, *Overworked American: The unexpected decline of leisure*, (New York: Basic Books, 1993).
- Schor, Juliet B**, *The overspent american. Why we want what we don't need*, (New York: Basic Books, 1998).
- Solér, Cecilia**, *Ecologically friendly buying - theoretical implications of a phenomenological perspective*, Scandinavian Journal of Management (1996), årg 12, nr 3, sid 275-289.
- SOU2005:51, Bilen, Biffen, Bostaden. Hållbara laster, smartare konsumtion**, (Stockholm: Regeringskansliet/The Swedish Government, 2005).
- Thorpe, Ann**, *Design för hållbar utveckling*. Stockholm: Raster förlag. (2008)
- Vickers, Geoffrey**, *The art of judgment. A study of policy making*, (Advances in public administration), Centenary upplagan, (Thousand Oaks: Sage (first published by Chapman & Hall 1965), 1995/65).
- Worldwatch Institute**, *State of the World 2001*, (New York: W W Norton & Company, 2001).
- Worldwatch Institute**, *State of the World 2003*, (New York: W W Norton & Company, 2003).
- Worldwatch Institute**, *State of the World 2007. Special focus on the consumer society*, (New York: W W Norton & Company, 2007).
- Williams, Daniel**, *Sustainable Design: Ecology, Architecture and Planning*. Hoboken: John Wiley (2007).
- Wynne, Brian**, *Risk and social learning. Reification to engagement. I: S Krimsky och D Golding (red), Social theories of risk*, (New York: Praeger, 1992), sid 275-297.

Bortom hajpen

– designtänkande som epistemologiskt perspektiv

av Anna Rylander

Vad är egentligen grejen med designtänkande?
Vad kommer att finnas kvar när hajpen ebbar ut?
Begreppet designtänkande kan förstås utifrån en viss syn på kunskap som är alltmer relevant för de utmaningar vi står inför idag.

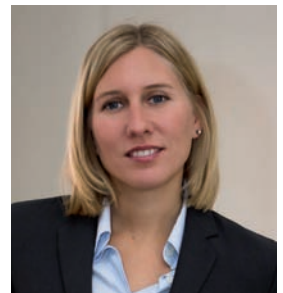
De senaste åren tycks begreppet "designtänkande" (Design Thinking) ha spridit sig som ett virus i den populära managementlitteraturen. Pådrivet av designföretag som IDEO Design och managementtidskrifter som Fast Company och BusinessWeek presenteras designtänkande som ett kreativt angreppssätt till innovation som bygger på designmetodik och som kan tillämpas på allt från konkreta produkter och tjänster till att lösa komplexa sociala problem.

Medan designers insats traditionellt betraktats som den sista fasen av produktutvecklingsprocessen för att paketera en idé, är tanken att "designtänkande" ska fånga en mer strategisk roll där designer ombeds skapa idéer och hela koncept som bättre uppfyller kunders behov (Brown 2008).

Enligt BusinessWeeks redaktör Bruce Nussbaum är designtänkande "the key to earnings growth and an edge that outsourcing can't beat" (8 mars 2005). I andra artiklar menar han att "smarta ledare" som vet att innovation är nyckeln till framgång nu börjar vända sig till designföretag "to learn the ropes" (3 januari 2005). Ja, kanske borde de till och med studera design själva som han föreslår i artikeln "Tomorrows B-school? It might be a D-school" (August 1, 2005).

En Google-sökning på begreppet "Design Thinking" ger idag flera hundra tusen träffar, det svenska "designtänkande" ger några tusen träffar och ett flertal bloggar ägnas speciellt åt ämnet. Nyfikenheten för designtänkande har nu även spridit sig till den akademiska världen. Även om det inte är en ny term inom designforskningen är det bara under de senaste åren som begreppet har fått ordentligt fäste på den bredare akademiska arenan. I år kan man till och med gå på forskningskonferenser inom management med speciella teman som fokuserar på designtänkande.

I takt med att dessa tecken på hajp blivit allt tydligare har en viss känsla av nervositet, för att inte säga irritation, blivit märkbar inom designforskarvärlden när begreppet "designtänkande" nämns. Medan det stora intresset för designtänkande säkert bidragit till att öka medvetenheten om den potentiella roll som designer och designkunskap kan ha för och i företag och övriga samhället, finns det också en oro för att begreppet har "kidnappats"



Anna Rylander, fil.dr., forskare vid Business & Design Lab, ett samarbete mellan HDK (Högskolan för Design och Konsthantverk) och Handelshögskolan i Göteborg.

av konsulter och andra med sin egen agenda. Är vi mitt upp i en växande bubbla? I så fall, vad händer när bubblan spricker? Kommer det att bli en ”design-backlash”? Kommer allt prat om designtänkande som universalmedel för alla företag och sociala problem att distrahera från det verkliga värdet av design och designers bidrag? Och håller ordet design på att bli så omfattande att det förlorar sin innebörd?

De av oss med ett intresse för design (-tänkande) som närmar oss begreppet från managementhållet tenderar att vara mindre upprörda och oroliga. Vi har sett det förut. Vi har bevittnat upp- och nedgångar för Total Quality Management, Business Process Re-engineering och Knowledge Management, för att bara nämna några av de mer populära koncepten de senaste decennierna. Vi har sett att när ett koncept når en punkt där det presenteras som någon form av alkemi för företagen, ja då är det vanligtvis ett tecken på att konceptet har blivit uppblåst. Men vi har också sett att det tenderar att finnas något bakom hajpen som inte försvinner lika lätt som en bubbla som spricker. Orsaken till att ett koncept framstår som attraktivt är i regel att det fångar upp något av underliggande trender i samhället och svarar på (vad som upplevs som) nya eller allt större eller viktigare utmaningar som chefer och deras företag står inför. Begrepp eller koncept som på ett enkelt och intuitivt sätt kan beskriva dessa underliggande fenomen och utmaningar, och inte minst ge direktiv till handling, tenderar att vara de som fastnar och blir populära.


Vad är då grejen med designtänkande? Vilka är de trender som begreppet slår an på? Och vad kommer att finnas kvar när hajpen ebbar ut? I den här artikeln argumenteras för att det kan vara fruktbart att undersöka begreppet designtänkande som ett epistemologiskt perspektiv (det vill säga som en viss syn på kunskap) som är allt mer relevant för de utmaningar vi står inför idag.

GRUNDLÄGGANDE IDÉER OM DESIGNTÄNKANDE

Det är notoriskt svårt att greppa vad designtänkande egentligen är. Som några studenter vid masterutbildningen Business & Design vid Göteborgs universitet nyligen konstaterade när de försökte – ”det känns som kvicksand”. Detta är kanske inte så förvånande eftersom begreppet ”designtänkande” består av två mångtydiga ord som var och en för sig är svåra att ringa in. Följaktligen får begreppet ”designtänkande” ofta nöja sig med definitioner som ”approaching managerial problems as designers approach design problems” (Dunne och Martin 2006:512). Även om en sådan tautologisk definition inte erbjuder någon djupare förklaring av de fenomen som skall avgränsas, pekar den på de centrala temana i diskursen om designtänkande:

- Att designproblem på något sätt är annorlunda
- Att hur dessa problem hanteras av designer på något sätt är speciellt
- Att det här tillvägagångssättet kan föras över till ”traditionella” managementproblem

En utgångspunkt för denna diskurs är att designer står inför vad som ofta kallas ”wicked problems”. Sådana problem är ”utan slut” (open ended) i bemärkelsen att de är svåra att avgränsa, kännetecknas av ofullständiga, motsägelsefulla och föränderliga kravspecifikationer och komplexa beroendeskaper mellan olika variabler. Den information som behövs för att förstå problemet är beroende av en idé för hur man ska lösa det. Det finns alltså ingen ”rätt” eller ”fel” lösning, bara ”bättre” eller ”sämre” (Rittel och Webber 1973).

Linjära metoder är klart olämpliga för att hantera sådana problem. Istället beskrivs designprocessen som experimentell och framväxande. Den karaktäriseras av ett växlande mellan problemdefinition och -lösning, präglas av kreativitet och påhittighet, modellerande (prototypiserande) (Conklin 2006, Lawson 2006). Med utgångspunkt i Simons (1969) klassiska distinktion mellan vetenskap och design föreslår Liedka (2004) att designtänkande skiljer sig 

← från vetenskapliga metoder avseende vilken typ av hypoteser de utvecklas kring. Båda är beroende av att generera och testa lösningar (hypoteser), men den vetenskapliga metoden syftar till att avslöja *vad som är*, medan syftet med design ofta är att föreställa sig *vad som skulle kunna bli*, men ännu inte är.

Design tänkande beskrivs ofta som passionerat och fantasirikt. Boland et al. (2008) talar om en "designattityd", med vilket de menar en genomgående förväntan att varje projekt är en ny möjlighet att skapa något anmärkningsvärt och att göra det på ett sätt som aldrig gjorts förut. "Designers relish the lack of predetermined outcomes" (Boland och Collopy 2004:9). Likaså Dunne och Martin (2006) hänvisar till ett "design mind-set" som inte oroar sig för begränsningar, eftersom det alltid finns ett sätt att komma runt dem. Även om man brottas med begränsade resurser och korta tidsramar sätts idéer kontinuerligt på prov allteftersom de utvecklas. "Prototyping is a state of mind" som Tom Kelley vid Ideo uttrycker det (2001:104).

ANVÄNDARPERSPEKTIV

En designattityd innebär också att användarens perspektiv alltid tas som utgångspunkt. Förmågan att känna empati med användaren beskrivs ofta som en central färdighet för en designer (Brown 2008; Junginger 2007). Etnografiska metoder och tekniker är vanliga för att fördjupa sig i användarens sammanhang. Ett designperspektiv där människan sätts i centrum, där man utgår ifrån en grupp av användare, deras interaktioner med designade artefakter och den mening som dessa interaktioner signalerar i specifika sammanhang (Krippendorf 2006) främjas inom diskursen kring design tänkande. Avgörande för förmågan att hantera komplexa designproblem är också förmågan att greppa många olika typer av kunskap (konst, vetenskap och teknik) – och kanske ännu viktigare: förmågan att integrera dem (Utterback et al. 2006). Designlösningarna tenderar därför att vara holistiska och designer har kallats "kunskapsmäklare" (knowledge brokers) (Hargadon och Sutton 2000).

Detta sätt att lösa problem bygger på en kunskapssyn som i grunden skiljer sig från den som utmärker ekonom- och ingenjörsutbildningar. Designer är oftast utbildade vid konsthögskolor eller designskolor där lärande sker genom interaktion med visuella och fysiska element jämte ord och siffror. Designskolor karaktäriseras av att designstudio används som en central pedagogisk enhet. Genom en process av praktiskt lärande ställs eleverna inför en rad designproblem att lösa. De lär sig att designa till stor del genom "att göra det", snarare än genom att studera och analysera processen (Lawson 2006). Att rita och skissa utgör en väsentlig del av kunskapsskapandet. Designer lär sig alltså att "tänka med händerna" (Collopy 2004), och använder skisser, prototyper och intuition för att nå fram till sina slutliga lösningar. I denna bemärkelse kan ritandet och skissandet ses som kritiska, reflekterande dialoger som hjälper till att klargöra tanken och gör det möjligt för designern att hantera olika nivåer av abstraktioner samtidigt (Cross 2007).

EPISTEMOLOGISKA PERSPEKTIV BAKOM DESIGNTÄNKANDE OCH KUNSKAPSARBETE

För att bättre förstå på vilket sätt de epistemologiska perspektiv som ligger till grund för diskursen om design tänkande kan ha något att bidra med kommer vi att jämföra med en annan, parallell diskurs inom en mer mogen forskningstradition och med fastare rötter i managementstudier – den om kunskapsarbete och kunskapsintensiva företag (KIF). Även om denna litteratur också utgår ifrån utmaningarna med komplex problemlösning underbyggs den av ett annat epistemologiskt perspektiv.

Sedan början av 1990-talet har begreppet "KIF" blivit vanligt förekommande och utgör numera en kategori av organisationer inom den vetenskapliga managementforskningen. Vid det här laget har en avsevärd mängd forskning redovisats i organisationsteoretisk litteratur

som ägnats åt att försöka förstå kunskapsintensiva företag och generera resultat som är relevanta för denna typ av organisationer. Exakt vad som särskiljer en KIF är dock lika svårt att avgränsa som begreppet designtänkande. En analys av litteraturen om kunskapsintensiva företag (Rylander 2006) visar att KIF är meningslös som organisatorisk kategori i lexikalisk bemärkelse eftersom det inte finns några utmärkande egenskaper som skulle göra det möjligt att avgöra vilka företag som räknas som KIF. Definitionerna är vaga och cirkulerar kring den roll kunskap och kunniga människor, så kallade kunskapsarbetare, spelar.


Ett exempel på en definition ges av Sheehan (2005:54): "Knowledge-intensive firms create value by solving clients' problems through the direct application of knowledge. Whereas knowledge plays a role in all firms, its role is distinctive in knowledge-intensive firms. Rather than being embodied in the process or product, knowledge resides in experts and its application is customized in real time based on clients' needs."

KIF har också beskrivits som "particularly good examples of contemporary forms of 'people dependent' organizations" (Robertson och Swan 2004:124). Vad definitionerna av KIF inom vetenskaplig litteratur till syvende och sist kokas ned till är att dessa organisationer är beroende av högt kvalificerade personer för att lösa komplexa problem på ett kreativt sätt.

Empiriska studier av KIF omfattar professionella tjänsteföretag och högteknologiska företag, men management- och it-konsulttjänster är de mest förekommande branscherna som forskare refererar till och studerar (Alvesson 1995, Kärreman et al. 2002, Morris, 2001, Morris och Empson 1998, Robertson och Swan 2003, 2004; Starbuck 1992). Ändå saknas det en samstämmighet bland forskarna om vilka branscher som kan – och kanske ännu viktigare, vilka branscher som inte kan – eller bör, ingå i kategorin.

Icke desto mindre finns inga fallstudier om designföretag i denna litteratur. Orsaken tycks vara att designarbete inte passar in på konstruktionen av kunskap. I litteraturen om KIF tenderar man att betona kunskaper i relation till intellektuella färdigheter på bekostnad av andra möjliga tolkningar av kunskap och av vad som försiggår i organisationer (Elkjaer 2000). Schreyögg och Geiger (2007) hävdar till exempel att "knowledge-intensive firms are first of all firms which make intensive use and/or generate knowledge in the discursive mode" (s. 91). De avvisar alla former av inneboende eller "tyst kunskap" som inte kan verbaliseras och valideras i en argumentativ process. Även Alvesson (2004:13), som använder begreppet kunskap "to draw attention to analytic, intellectual and theory-guided activities", menar att "[p]ractical skills, the ability to use the body and creative talents – crucial in arts, crafts and sport for example – are not necessarily best understood in terms of knowledge". Han föreslår att detta i stället kanske borde kallas "talangintensivt arbete". Ändå sägs kreativitet ofta vara ett centralt inslag i KIF (till exempel Alvesson 2004, Robertson och Swan 2003, Sveiby och Riesling 1986, Starbuck 1992, Swart och Kinnie 2003) – i själva verket tycks detta vara en av de få aspekter som författarna inom området är överens om.

LIKHETER MELLAN DESIGNFÖRETAG OCH KUNSKAPSINTENSIVA FÖRETAG

Avsikten med denna korta översikt var att illustrera att litteraturen om kunskapsarbete och designtänkande behandlar samma grundläggande utmaning: kreativ problemlösning av kvalificerade människor (medarbetare). Det finns flera viktiga likheter mellan designföretag och så kallade KIF. Managementkonsultföretag – den typ av företag som oftast studeras inom KIF litteraturen – är särskilt intressant i detta avseende. Resultat från managementkonsulters arbete är ofta svåra att mäta och utvärdera, de skapas ofta i samverkan med kunden, och liksom designföretag skyddas de inte heller av en reglerad yrkesorganisation. En hel del mångtydighet och osäkerhet är alltså inbyggd i affärslogiken för design- och managementkonsultföretag. Hur dessa utmaningar hanteras i praktiken skiljer sig dock åt mellan managementkonsulter och designföretag, liksom hur konstruktionen av kunskap skiljer sig åt mellan de två traditionerna i litteraturen. Detta sammanfattas i tabell 1 på nästa sida. 

TABELL 1. KONSTRUKTION AV KUNSKAPSARBETE OCH DESIGNTÄNKANDE

Dominerande konstruktion av	Kunskapsarbete	Designtänkande
Kunskap	Intellektuell (embrained) teoridrivnen	Praktisk (embodied), reflektion-i-handling
Problem	"Tame"/vetenskapliga, väl avgränsade	"Wicked"/utan-slut (open-ended)
Identitet (social)	Framhäver rationalitet	Framhäver kreativitet
Dominerande medium för meningsskapande	Verbal (interaktion med människor)	Visuell (interaktion med fysiska objekt och med människor)

I litteraturen om KIF konstrueras kunskapsarbete som rationellt, analytiskt och separerad från kroppsliga aktiviteter, eller "intellektuell" till sin karaktär. Kunskapsarbetares meningsskapande processer konstrueras som konstituerad i sociala interaktioner, medan den roll som samspelet med den fysiska omgivningen, kroppen och olika slags sinnesförnimmelser spelar inte förstås särskilt väl, eller inte alls uppmärksammas. Designföretag å andra sidan, kommer från en annan epistemologisk tradition, där mångtydighet accepteras som en naturlig del av problemlösningsprocessen, där reflektion-i-handling (Schön 1983) och praktisk kunskap (Molander 1996) betonas och främjar andra utbildnings- och arbetsmetoder liksom andra identiteter.

Denna distinktion mellan "intellektuell", teoridrivnen/verbal och praktisk förkroppsligad/visuell kunskap påverkar problemlösning på flera nivåer. På en grundläggande nivå influerar olika typer av sinnesinformation, till exempel bildlig/visuell, verbal/narrativ, spatial/kinestetisk eller haptisk, meningsskapande på olika sätt. På en social nivå, påverkar dessa konstruktioner av kunskap hur yrkesverksamma uppfattar sin identitet som till exempel "managementkonsult" eller "formgivare/designer". Som Armbrüster (2004) har konstaterat, managementkonsultföretag bemöter den mångtydighet som utmärker komplex problemlösning genom att främja en identitet baserad på rationalitet, genom att betona "analytical expertise, and rationality in the sense of data-driven objectivity". Designföretag, å andra sidan, som diskuterats ovan, är bättre lämpade att anamma mångtydigheter och tenderar att underhålla en identitet som präglas av kreativitet och individualism.

MOT EN DESIGNEPISTEMOLOGI I MANAGEMENTSTUDIER?

Om designföretag och KIF utgår ifrån samma grundläggande premisser: att lösa komplexa problem på ett kreativt sätt under mångtydiga och osäkra förhållanden, och om intresset för KIF har varit högt inom managementforskning i årtionden, varför har intresset för designtänkande exploderat först nu? Det finns naturligtvis många olika möjliga förklaringar till detta och att undersöka dem alla skulle inte bara falla utanför ramen för denna artikel, utan också vara en hopplöst komplicerad uppgift. Istället kommer jag att begränsa diskussionen till det underliggande epistemologiska perspektiv (jfr. Johansson och Wodilla 2008) som pekar på en förändring av intresset för en syn på kunskap som betonar de viktigaste aspekterna av designtänkande.

På ett allmänt plan har innovation fått en mer framträdande roll i nationell och europeisk policy under de senaste åren eftersom innovation ses som en förutsättning för Europas framtida konkurrenskraft. När Lissabon-agendan, som beskriver EU:s strategi, antogs av Europeiska rådet 2000, var målet att göra EU till "the most dynamic and competitive knowledge-based economy in the world" år 2020. När agendan granskades 2005 konstaterade Rådet att EU måste byta fokus från mål till medel, och innovation kom att ställas i förgrun-

den: "Europe must renew the basis of its competitiveness ... placing the main emphasis on knowledge, innovation and the optimisation of human capital."

Innovation är naturligtvis inte ett nytt tema inom managementforskning. Tvärtom har det sedan 1930-talet varit ett viktigt ämne som har tagit många olika former, innehåller många olika teorier och diskurser vilka fokuserar på alltifrån individer eller organisationer till regioner och nationer. Under de senaste åren har det dock blivit en allt viktigare utgångspunkt för många innovations- och strategiforskare att utreda effekterna av den ökande osäkerhet som präglar allt fler branscher. Ökande takt av teknisk utveckling och globalisering leder till att trycket ökar på företag att bli ännu mer flexibla, innovativa och att proaktivt driva utformningen av sin omgivning och inte bara reagera på konkurrenternas drag.

Inför en sådan situation, där strategiska utmaningar är mycket komplexa, inte har några jämförbara föregångare och involverar många olika aktörer med olika mål och prioriteringar – kort sagt, de är "wicked problems" – är traditionella verktyg som strategisk planering inte till någon stor hjälp för strategier (Camillus 2008). Istället krävs nya referensramar som gör det möjligt för oss att formulera strategiska problem i en osäker och komplex värld, angreppssätt som hjälper oss att involvera olika intressenters perspektiv, samt verktyg som stödjer oss i att kartlägga vad dessa förutsättningar innebär för ett visst företag i ett visst sammanhang. Följaktligen främjar populära koncept som "fast strategy" (Doz och Kosonen 2008) och "Blue Ocean Strategy" (Kim och Mauborgne 2004) proaktiva och experimentella metoder för att forma *vad som skulle kunna bli* snarare än anpassning till *vad som är*. Även begrepp som "open innovation" (Chesbrough 2003) och "user-driven innovation" (von Hippel 1988, 2001) som betonar vikten av att involvera användare och andra intressenter i innovationsprocessen blir allt mer inflytelserika inom innovationsforskning.

KREATIV METOD FÖR PROBLEMLÖSNING

Mot denna bakgrund, som målar upp de utmaningar som en alltmer komplex och abstrakt värld ställer, där kreativitet blir ett alltmer önskvärt attribut och där en stark betoning på rationalitet kan uppfattas som hämmande, framstår designtänkande som en spännande metod för problemlösning. Medan en metod som bygger på ett strikt rationellt angreppssätt kan vara mer effektiv i den löpande verksamheten, då det innebär lägre risk när problem är väl definierade, är en sådan metod också mindre lämpad för att generera nya lösningar (essensen av innovation) jämfört med en strategi som främjar kreativitet.

Det epistemologiska perspektiv som dominerar diskursen om kunskapsarbete och kunskapsintensiva företag, vilket betonar teoridrivna analys och rationalitet, tycks alltså mindre lockande i detta sammanhang. Ett snävt fokus på så kallad "intellektuell" kunskap, främst utvecklad genom verbala/narrativa samspel, som försummar den fysiska/kinestetiska och bildliga/visuella interaktionen, kan ses som begränsande när problemen är komplexa och mångdimensionella. Ett rikare spann av sinnesförmågor tenderar att minska snarare än öka mångtydighet eftersom dessa olika typer av sinnesinformation har olika egenskaper. Exempelvis har narrativ kunskap, som är levande och övertygande, ofta tvetydiga och flerstämmiga betydelser, medan visuell kunskap som sammanställer information i bilder och mönster, förenklar komplexa sammanhang. Meningsskapande blir därför sannolikt rikare när den konstrueras med hjälp av flera sinnen (Bürgi och Roos 2003).

Men att omkullkasta rådande syn på kunskap är ingen enkel uppgift eftersom rationalitet har varit en grundbult för managementlitteraturen sedan Taylors "Principles of Scientific Management" i början 1920-talet. Separationen mellan att tänka och att göra, mellan beslut och genomförande, har varit en central lärosats i managementforskning alltsedan dess (Clegg et al. 2008). Managementkonsulters identitet framhäver rationalitet därför att den passar så väl med den allmänna managementdiskursen. Teoretiska koncept, som arbetsmetodik och data-driven analys, samt utbildnings- och rekryteringspolicy med fokus på "ana-

◀ lytisk kompetens”, har utformats för att symbolisera en rationell syn på affärsfrågor som en strategi för att kompensera för den mångtydighet som konsultarbete innebär (Armbrüster 2004). Med andra ord, att producera symboler som signalerar rationalitet till företagsvärlden är ett sätt att tala ett språk som kunderna förstår och känner sig bekväma med. Designer å andra sidan, som utgår från en annan epistemologisk tradition, producerar symboler för kreativitet vilka inte alltid kommuniceras lika smidigt till deras företagskunder (Johansson och Svengren 2008). Detta ”kommunikationsgap”, bland annat baserat på olika epistemologiska traditioner, kan vara en bidragande orsak till designföretagens betydligt lägre lönsamhet jämfört med så kallade KIF i allmänhet och managementkonsultfirmor i synnerhet.

SLUTORD

Precis som med kunskapsarbete kommer vi aldrig att kunna beskriva exakt vad designtänkande innebär. Men, det är inte så mycket vad designtänkande är som är intressant med denna diskussion, utan vad det är som konceptet syftar till att fånga. Som med alla sådana populära koncept uppmärksammar det några fenomen, ofta vaga, diffusa och svåra att artikulera, och möjliggör att dessa granskas och att tänkandet kring dessa utvecklas.

I den här artikeln behandlades designtänkande som en diskurs som underbyggs av ett visst epistemologiskt perspektiv. Det hävdades att den senaste tidens uppsving i intresset för designtänkande avspeglar en allmän förskjutning av uppmärksamhet mot ett epistemologiskt perspektiv som betonar kunskap som förkroppsligad, processorienterad och praxisbaserad inom managementforskningen. Framför allt fångar designtänkande upp tendenser som förespråkar öppna, kollaborativa, tvärvetenskapliga och experimentella metoder för strategiformulering och innovation. Oavsett vad som händer med termen ”designtänkande” om eller när luften börjat pysa ur bubblan, är entusiasmen för designtänkande förankrad i en bredare utveckling inom managementområdet och leder i bästa fall till en bättre förståelse för och värdering av designkunskap.

Så, vad innebär då detta för designer? Ska de alla bli managementkonsulter som löser strategiska problem och tar över företagens innovationsavdelningar? Knappast. Det är vare sig särskilt troligt eller önskvärt. Trots det stora intresset för designtänkande och de trender det knyter an till, kommer den stora majoriteten av problem inom företag fortsatt kräva ett stort mått av rationellt tänkande och linjär, data-driven analys. De båda kunskapssynerna och de problemlösningslogiker de representerar kommer även fortsättningsvis att existera och vara viktiga för företagen, om än på olika sätt och kanske i olika situationer. Men, vad designer kan hoppas på är att den uppmärksamhet som riktas mot designtänkande kommer att hjälpa en bredare publik att få bättre insikt i värdet av ”designerly way of knowing” (Cross 2007). Förespråkare för designtänkande lyfter ofta fram att professionella designer inte har monopol på detta perspektiv. Som Roger Martin (Dunne och Martin 2006:513) noterade medan han observerade designer lösa problem, ”I saw that this is what great business leaders do”. Dessa ledare går in i någon form av begränsad miljö där de vill göra något som är nära nog omöjligt. De måste hitta nya lösningar genom att tänka annorlunda än alla andra. ”The best of what I see in business people is the same as what I see in designers at their best.” Med andra ord, bra chefer är goda designtänkare – men designer har en fördel genom utbildning (epistemologisk utgångspunkt) och en uppsättning metoder och verktyg (skissande, prototyper och så vidare).

Vad som behövs är inte att designer ska bli managers eller att företagsledare ska bli designer, utan att de lär sig att samarbeta för att hantera komplexa strategiska problem. Det kräver en förståelse från båda grupper för varandras synsätt, kunskaper och färdigheter, samt att kunna se styrkorna och svagheter med de olika angreppssätten. Genom att betrakta designtänkande utifrån ett epistemologiskt perspektiv kan designer lättare formulera värdet av sitt tillvägagångssätt och sina möjligheter att bidra till övergripande organisatoriska mål.

- Alvesson, M. (2004). *Knowledge Work and Knowledge-Intensive Firms*. New York: Oxford University Press.
- Armbrüster, T. (2004). *Rationality and its symbols: signaling effects and subjectification in management consulting*. Journal of Management Studies, 41(8), 1247-1269.
- Boland, R. J., Collopy, F., Lyytinen, K., & Yoo, Y. (2008). *Managing as Designing: Lessons for Organization Leaders from the Design practice of Frank O. Gehry*. Design Issues, 24(1), 10-25.
- Brown, T. (2008). *Design Thinking*. Harvard Business Review, 86(6), 84-92.
- Bürgi, P., & Roos, J. (2003). *Images of Strategy*. European Management Journal, 21(1), 69-78.
- Camillus, J. C. (2008). *Strategy as a Wicked Problem*. Harvard Business Review, 86(5), 98-106. doi: Article.
- Chan, K., & Mauborgne, R. (2004). *Blue Ocean Strategy*. Harvard Business review, October 2004, 76-84.
- Chesborough, H. (2003). *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*. Boston MA: Harvard Business School Press.
- Clegg, S. R., Kornberger, M., & Pitsis, T. (2008). *Managing and Organizations*. London: Sage Publications.
- Conklin, J. (2006). *Dialogue Mapping: Building Shared Understanding of Wicked Problems*. Wiley.
- Cross, N. (2007). *Designerly Ways of Knowing*. Basel: Birkhäuser Verlag AG.
- Doz, Y., & Kosonen, M. (2008). *Fast Strategy*. Harlow, UK: Wharton School Publishing.
- Dunne, D., & Martin, R. (n.d.). *Design Thinking and How It Will Change Management Education: An Interview and Discussion*. Academy of Management Learning & Education, 5(4), 512-523.
- Elkjaer, B. (2000). *Learning and getting to know: the case of knowledge workers*. Human Resource Development International, 3(3), 343-359.
- Hargadon, A. B., & Sutton, R. I. (2000). *Building the Innovation Factory*. Harvard Business Review, May-June, 157-166.
- von Hippel, E. (1988). *The Sources of Innovation*. New York, N.Y.: Oxford University Press.
- Johansson, U., & Svengren Holm, L. (2008). *Möten kring design: Om relationerna mellan designer, tekniker och ekonomer i fem svenska företag*. Lund: Studentlitteratur.
- Johansson, U., & Wodilla, J. (2008). *Towards a Better Paradigmatic Partnership Between Design and Management*, Paper presented at the International DMI Education Conference, 14-15 April, Paris, France
- Junginger, S. (2007). *Learning to design: giving purpose to heart, hand and mind*. Journal of Business Strategy, 28(4), 59-65.
- Kärreman, D., Svenningsson, S., & Alvesson, M. (2002). *The Return of the Machine Bureaucracy? Management Control in the Work Settings of Professionals*. International Studies of Management and Organization, 32(3), 70-92.
- Kelley, T. (2001). *The Art of Innovation*. New York, NY: Currency Doubleday.
- Krippendorff, K. (2006). *The semantic turn*. Boca Raton, FL: Taylor & Francis.
- Lawson, B. (2006). *How Designers Think*. Oxford: Architectural Press.
- Liedka, J. (2004). *Design Thinking: The Role of Hypothesis Generation and Testing*. In R. J. Boland & F. Collopy (Eds.), *Managing as Designing* (pp. 193-197). Stanford, CA: Stanford University Press.
- Molander, B. (1996). *Kunskap i handling*. Göteborg: Daidalos.
- Rittel, H. W. J., & Webber, M. M. (1973). *Dilemmas in a General Theory of Planning*. Policy Sciences, 4, 155-169.
- Robertson, M., & Swan, J. (2003). *'Control – what control?' Culture and ambiguity within a knowledge intensive firm*. Journal of Management Studies, 40(4), 831-858.
- Robertson, M., & Swan, J. (2004). *Going public: the emergence of soft bureaucracy within a knowledge-intensive firm*. Organization, 11, 123-148.
- Rylander, A. (2006). *Making Sense of Knowledge Work*. Stockholm: Doctoral Dissertation, Royal Institute of Technology.
- Schön, D. A. (1983). *The Reflective Practitioner: How Professionals Think in Action*. USA: Basic Books.
- Schreyögg, G., & Geiger, D. (2007). *The Significance of Distinctiveness: A Proposal for Rethinking Organizational Knowledge*. Organization, 14(19), 77-100.
- Sheehan, N. T. (2005). *Why old tools won't work in the "new" knowledge economy*. Journal of Business Strategy, 26(4), 53-60.
- Simon, H. (1969). *The Sciences of the Artificial*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Starbuck, W. H. (1992). *Learning by knowledge intensive firms*. Journal of Management Studies, 29(6), 713-740.
- Sveiby, K. E., & Riesling, A. (n.d.). *Kunskapsföretaget – Seklets viktigaste ledarskapsutmaning*. Malmö: Liber AB.
- Swart, J., & Kinnie, N. (2003). *Sharing in knowledge-intensive firms*. Human Resource Journal, 13(2), 60-75.
- Utterback, J. M., Vedin, B., Alvarez, E., Ekman, S., Sanderson, S. W., Tether, B., et al. (2006). *Design-Inspired Innovation*. Singapore: World Scientific Publishing.

Difficult Forms

Critical Practices of Design and Research

by Ramia Mazé and Johan Redström

ABSTRACT:

As a kind of ‘criticism from within’, conceptual and critical design inquire into what design is about – how the market operates, what is considered ‘good design’, and how the design and development of technology typically works. Tracing relations of conceptual and critical design to (post-)critical architecture and anti-design, we discuss a series of issues related to the operational and intellectual basis for ‘critical practice’, and how these might open up for a new kind of development of the conceptual and theoretical frameworks of design. Rather than prescribing a practice on the basis of theoretical considerations, these critical practices seem to build an intellectual basis for design on the basis of its own modes of operation, a kind of theoretical development that happens through, and from within, design practice and not by means of external descriptions or analyses of its practices and products.

INTRODUCTION

In this text, we discuss conceptual and critical design, suggesting that they constitute a kind of critical practice in design. Tracing a historical background and contemporary tendencies, we consider implications for design research. In many ways, this is a report on how we have come to think about the certain foundations – and fringe movements – for the kind of experimental design research we have developed over the last ten years. We therefore conclude by returning to our own work, as a response to these opportunities and challenges.

A BACKGROUND TO ‘CRITICAL PRACTICE’

Design is located in an ambivalent place, wavering between the concerns of culture and capital, which may be more decisively dealt with in art or architecture. In architecture, for example, disciplinary concern for aesthetic or social theories might be distinguished from those of the profession, which regulates accommodation of basic utilities and functions, or from those of other domains, such as real estate, public opinion, or popular culture (Hill, 2000).

The basis for criticality in design as a whole is less definitive – various types of design have emerged more recently, and are thus less established in both disciplinary and professional terms. Indeed, such terms may be so closely or even exclusively bound to the economic or technical conditions of their emergence, for example to the Industrial Revolution, that it becomes difficult to locate a basis for challenge or change. This prompts John Thackara to argue, “Because product design is thoroughly integrated in capitalist production, it is bereft of an independent critical tradition on which to base an alternative” (Thackara, 1988: 21). Like architecture, product design is embedded within and thus dependent upon systems of finance and power, for example to support mass production and distribution. Unlike architecture, product design is typically qualified in terms of market value or return on investment. As Anthony Dunne and Fiona Raby argue, “At its worst, product design simply rein-



Ramia Mazé,
Interactive Institute,
ramia.maze@tii.se



Johan Redström,
Interactive Institute,
johan.redstrom@tii.se

This article originally appeared as Mazé and Redström (2007) *Difficult forms: Critical practices in design and research*, in the Proceedings of International Association of Societies of Design Research 2007, Emerging Trends in Design Research. The Hong Kong Polytechnic University School of Design, November 12–15, 2007. Reprinted with permission of the IASDR.

forces global capitalist values. It helps to create and maintain desire for new products, ensures obsolescence, encourages dissatisfaction with what we have and merely translates brand values into objects. Design... needs to establish an intellectual stance of its own, or the design profession is destined to lose all intellectual credibility and be viewed simply as an agent of capitalism” (Dunne and Raby, 2001: 59). This makes challenges to conventional systems – and values – of production and consumption particularly noteworthy in recent tendencies within design.


CRITICAL TRADITIONS IN DESIGN

There are a range of contemporary perspectives in product design that diversify or counter mainstream views on what design is and what it should be about. While rather amorphous as areas of interest or communities of practice, such tendencies are amassing an increasing number of examples, theoretical depth, and public exposure (Blauvelt, 2003; Robach, 2005; d’Ailly, Olausson and Sten, 2005). In such views, design, amended as ‘conceptual’ or ‘critical’, may counter conventions of utility and efficiency, profit and taste. This is not without precedent – indeed, heritage might be traced via critical architecture and anti-design (for more extensive background on ‘critical practice’, see Mazé, 2007).

(Post-)critical architecture

In order to position a critique within design, or of other domains by means of design, a certain basis for exchange of ideas must be established. In architecture, client relations and legal norms may be taken up within the terms of the profession, but there is also an intellectual basis in the discipline for relating to aesthetic concepts and social theories from the humanities and sciences. Such terms have been central to ‘criticality’ in architecture over the last half-century and in ‘post-critical’ terms today. In the 1970s, with the end of an ‘era of manifestos’ (characterized by a few polemic positions and loose relations between theoretical rhetoric and practical reality), there was a general reconsideration of how to relate to theory in architecture. This involved rethinking how to relate both to ‘operative criticism’, posed from inevitably biased positions within practice, and to ‘critical theories’, introduced from without (Hays, 1999).

With respect to such ‘border issues’, several positions were staked out. Diana Agrest, for example, argued for a semi-autonomous architecture, in which certain aspects were understood as particular and normative, but those shared with other modes of production could be the basis for valid critical discourse (Agrest, 1976). Manfredo Tafuri argued that although political and practical terms might coexist, real ideological alternatives could not exist within a hegemonic system – thus, a truly critical architecture could only follow systemic transformation (Tafuri, 1974; see also Dal Co, 1978). Others argued against ‘waiting for the revolution’ – Jorge Silvetti took up the debate within Agrest and Tafuri’s structuralist terms, but sought the possibility of ‘criticism from within’ (Silvetti, 1977; see also De Carlo, 1970). He posited that making, while necessarily compromised, gives form to critical issues that might otherwise be obscured by language or ideology.

By the 1990s, positions with respect to ‘critical architecture’ had polarized into two camps – one concerned with culture and the other preoccupied by form (Hays, 1984). At least in part as a reaction to such polarization, there has more recently been a revision of criticality. Rather than concepts of resistance, disjuncture, and negation, post-critical proponents explore notions such as performativity, procedures, and pragmatics (Allen, 2000; Baird, 2004/5). In such perspectives, theory and criticality are repositioned in relation to a constructive and projective attitude, capable both of ideological and operational engagement. In fact, the mere pairing of the terms ‘critical’ and ‘practice’ becomes possible while previously it might have been a general cover for ‘anti-theory’. Practice is explicitly put forward as an app- 

← roach to – through materials, form, and construction – framing questions and alternatives to the status quo with clients and the public.

Anti-design

The 1960s and 70s witnessed an explosion of radical movements questioning design in relation to wider societal and ideological developments. Originating in England and Austria, and then in Italy, anti-design continued a long national tradition of artistic and political discourse in design. An exhibition of Italian design at the Museum of Modern Art in New York surveyed a generation of designers who, “despairing of effecting social change through design, regard their task as essentially a political one” (Ambasz, 1972: overleaf). Three prevalent attitudes were identified – conformity, reform, and contestation – within design culture at the time. Alchemia and Memphis, for example, drew inspiration from Dada, Surrealism, and Situationism, promoting emotional play and symbolism over function, refuting assumptions of utilitarianism and consumption (Kristoffersson, 2003).

The critique posed by anti-design is not of design or planning as such, but of design in instilling and enforcing ideology. That is to say, design ‘in service’ to any imposed ideology, whether political, technological, or cultural, determined in advance and from outside. Rather than refusing to design or ‘waiting for the revolution’, proponents accepted the powerful effects of design representations and objects, launching a critique from within the conventions of practice. While engaging theoretically and politically, the activity of designing and design objects in themselves were seen to offer possibilities for ‘active critical participation’ in larger ideological systems (Lang and Menking, 2003). The ‘products’ of anti-design were not, however, intended as finished or closed forms. While object-oriented, form was often applied provisionally, to open up for ideas, debate, and appropriation – as alternative forms not only of product but ideological consumption.

Today, the ideological and political basis of anti-design and related countercultures is not present within society as before – indeed, many aspects of anti-design were rapidly subsumed into the mainstream, as a superficial aesthetic or marketing tactic bereft of deeper ideological engagement. More generally, the basis in capital, industry, and technology that underpin past conceptions of criticality – indeed, of design – no longer hold in the same way, or to the same degree (Jameson, 1985). Such complexity within and surrounding contemporary design make it difficult to locate the terms of criticality.

Conceptual and critical design

Contemporary product design reveals a range of approaches to criticality in and through practice. Precedents might be traced via conceptual art and radical craft, such as the ‘new jewelry’ and ‘new ceramics’ – which fueled earlier anti-design movements (see Lees-Maffei and Sandino, 2004). For one thing, some are repositioning product designs in relation to other domains and institutional frames. Others borrow the polished representational and communication techniques from trade expos to provoke discussion with industry and the general public about different futures made possible by design. And still others instigate a debate about the ethical and moral implications of scientific advances as design mediates its reception in consumer society.

Conceptual design draws on art to orient a subversion of design norms. With respect to conceptual art, focus is shifted from the producer and the thing to the concept, and making as setting up such a concept through material objects, scripted or improvised interventions, installations or other means. Epitomizing such an approach since the 1990s, Droog design countered both Pop and analytic design, tendencies pervading the European design scene at the time. As Aaron Betsky describes, “Droog designers saw their task saw their task as gathering objects in the streets, with the designer adding only something invisible: the concept”

(Betsky in Blauvelt, 2003: 51). Common strategies include the of high and low materials, precious substances, readymades, technology and trash, may be combined to expose issues of taste, habit and memory – even material scarcity may speak to ethics and (over-)consumption (Sandino, 2004; Verbeek and Kockelkoren, 1998). Instead of serving utilitarian functions, materials and form of conceptual design objects foreground a conceptual or symbolic function (Niedderer, 2005).


A more specific version of conceptual design is critical design, most associated in product and interaction design with Dunne & Raby. They posit the designer as a critically and materially engaged practitioner – a sort of ‘applied conceptual artist’. In addition to art, they state: “Critical design is related to haute couture, concept cars, design propaganda, and visions of the future, but its purpose is not to present the dreams of industry, attract new business, anticipate new trends or test the market. Its purpose is to stimulate discussion and debate amongst designers, industry and the public about the aesthetic quality of our electronically mediated existence” (Dunne and Raby, 2001: 58). Early works challenged mainstream design tenets (Dunne, 1998). Dunne’s ‘post-optimal’ object, for example, critiques product semantics and the human factors preoccupation with the ergonomic and psychological ‘fit’. Instead, strategies of defamiliarization and estrangement from modernist aesthetics, are applied as ‘user-unfriendliness’ and ‘para-functionality’ to discourage unthinking ideological assimilation and promote skepticism by increasing the poetic distance between people and products.

CRITICAL OF WHAT?

Developing an ‘intellectual stance’ requires consideration of the appropriate incorporation of critical social theory and critical social science. Certainly such influences have begun to inflect a certain ideological reflexivity about the social construction of knowledge, methods, and practice in technical and design practices (for example, Sengers, McCarthy, Dourish, 2006). However, the challenge is not only to understand and incorporate ‘critical theories’ from without, but the potentials and problems of ‘criticism from within’ practice. With respect to theories and practices of design, (post-)critical architecture, anti-design, and contemporary conceptual and critical design map out a territory of approaches to critical practice.

Original conceptions of criticality in architecture depended on clear, even categorical, distinctions of the insides/outside of the discipline. For example, borders might be defended or challenged in terms of discrete ‘systems of production’ – that is to say, the concerns, techniques, and knowledge proper to one discipline that might distinguish it from others. To some extent, we might position conceptual and critical design tendencies in similar terms – as querying and contesting the borders around design. Testing – and stretching the boundaries of – what design is and what it might be about, such tendencies operate from the fringes to question design foundations, and, vice versa, challenge wider socio-economic issues from a basis in design techniques and form. Generally speaking, orientations might be characterized as:

- **Outside-in.** On one hand, such tendencies operate from the fringes, even crossing over into art or crafts to pose a critique of norms characterizing conservative or mainstream design. While still deeply engaged in the craft and production techniques of design, the primacy of certain concepts such as ‘taste’ and ‘good design’ are contested, concepts deeply rooted in a tradition of aesthetic judgment in art and design (history) discourse. Since critical design has evolved not just in relation to product but interaction design, different concepts are primary, such as ‘functionality’, ‘usability’, and other notions of technology merely as neutral but efficient tools. From the fringes, even crossing into other domains, such tendencies expose mainstream assumptions and conventions, provoking reflection and debate.

- **Inside-out.** On the other hand, the techniques and forms central to design practice are mobilized to articulate ideas about systemic conditions outside of design itself. The fads and fictions of pop culture and the techniques of persuasive design and marketing are engaged, 

← but to different ends than service to culture or capital. Appropriating certain aspects from other domains, it is precisely the materiality and aesthetics of design that are foundational – not just for purposes of analysis or commentary, but for crafting constructive counterproposals and projective critiques. Made concrete in experiential and material form, socio-aesthetic theories from (post-)modern discourse are embodied to interject a critical distance or resistance to easy assimilation between ideas and things. Design form opens up such critique for wider speculation and debate.

CRITICAL DESIGN ≠ DESIGN RESEARCH

Sketching such traditions and contemporary tendencies toward critical practice in design, certain opportunities – and challenges – become evident for design research. Without the discourse around criticality long present in architecture, there is some consequent difficulty in locating the terms upon which alternatives to mainstream practice might be based in product design, or a ‘critical distance’ from other related approaches qualified. This might be seen in the difficulty in locating (or ambivalence in positioning?) the critical terms in more contemporary tendencies. Perhaps this is precisely why the need to develop an intellectual basis – and thus a role for research – might be necessary. Not only for improving design as ‘problem-solving’, but in creating a space for designers to reflect upon the ideas, theories, logics, and implications of design in and through practice. That is to say, the intervention of an intellectual basis for ‘problem-finding’.

Indeed, central to the kind of critical design practice discussed here is engagement with the conceptual realm of design and, thereby, potentially also contributing to the development – through critique and counterproposals – of theoretical frameworks proper to design. Conceptual and critical design might be said to represent a shift in attention away from the spatial object in and of itself to the ideas behind form and emergent in formation. Explicitly dealing with the materialization of concepts, such concepts become not only external or retrospective descriptions of design objects, but an integral part of the design objects as such. In this way, the concepts and theories embodied in an artifact might be differentiated from tacit or propositional knowledge (see, for example, Frayling, 1993/4). Critical practice seems to point to the possibility of an internal evolution – rather than external construction – of design theory. This opens up for a design practice that is not only an operational, but also an intellectual basis, for design research.

A potential problem might be issues of scaling and generalization. For instance, if such a practice only evolves in relation to concepts central to its own domain, theoretical frameworks would never extend beyond, e.g. notions of taste, good design, or functionality. However, current developments seem to suggest that such critical practice has the potential to engage also in other concepts and theories, including ones only remotely related to design as it appears today. Again, the work of Dunne & Raby is an interesting example, given recent ventures into the realm of scientific concepts and experiments in the ‘Bioland’ project. Compare this to conceptual art, for example, which may have started undermining concepts primarily related to art itself, but did by no means stop there – and neither will, it seems, design. Though such problematics are not fully evident at this stage, we cannot dismiss the implications of ‘critique from within’ as limited to a single domain. Within this territory sketched out by various examples of critical practice, we argue, there is a potential to develop a relation between design activity and its theoretical discourse that differs from the theory/practice dichotomy dominating much current design research discourse, including much practice-based research. The very idea of a shift from problem-solving to problem-finding also opens up for a research attitude that relates in some ways to contemporary thinking of philosophical practice and conceptual analysis (Grosz, 2001).

There are two further issues exposed in seeking relations between critical practice and


design research. First, tendencies of critical practice to challenge foundations might also be understood as part of a disciplinary project. For example, distinguishing between history, theory, and practice in architecture was a basis for establishing – and defending – foundations proper to design, in reaction to the failed social project of modernism and the changing role of design. Indeed, even opposition, to some extent, seemed to serve the need for building (a sense of) disciplinarity. If there is no extension beyond commentary or critique, conceptual and critical design might tend towards an overly self-reflexive and hermetic autonomy – design for designers. This orientation towards a kind of disciplinary autonomy is at the same time a promise and a problem of a critical practice and design research. On one hand, it points to a specific way of working with theoretical discourse in relation to techniques and formal conventions within design. On the other hand, there is a potential problem since much of contemporary design and critical practice cannot be disciplinary in any narrow sense.

Secondly, critical practice also challenges and transgresses the boundaries around design. Expanding the purview of design also means that intellectual and ideological bases are multiplied and distributed. Facing not only inwards towards disciplinary foundations, such tendencies reach out to implicate other domains involved in the social construction and consumption of design – including a range of concerns, ideas, and practices in use. Indeed, architecture and interaction design present counter-examples to how critical practice is often engaged in product design. Outside the confines of an art gallery – design for art’s sake – built designs are consumed in use over time, as spatial and phenomenal practices (Allen, 1995). Further, the technologies central to interaction design require engagement over (long) time, receiving their final form only over time (Mazé and Redström, 2005). While critical practice presents a range of strategies for reflecting upon design, from within or without, issues of experience and use requires that we understand ‘resistance to assimilation’ in other terms than those of an alienated critic/observer.

While to some extent, we might be able to understand contemporary tendencies in the structuralist terms of inside/outside typical of early conceptions of criticality, there are certain difficulties in doing so that point to other possibilities and questions for future work. Indeed, certain conceptual frameworks within critical practice such as ‘object as discourse’ and ‘design as research’ provide an essential basis for thinking about how to combine intellectual and operational modalities for contesting and further developing design from within. However, as indicated by post-critical discussions and increasingly widespread integration of new technologies – as treated in interaction design – there is a need to reconsider and perhaps revise how we might think about mobilizing a critical practice as a basis for design research.

‘OBJECT AS DISCOURSE’

In critical practice, the designed object might be understood as a sort of materialized form of discourse. In Dunne’s case, “the electronic objects produced in the studio section of his doctorate are still ‘design,’ but in the sense of a ‘material thesis’ in which the object itself becomes a physical critique... research is interpreted as ‘conceptual modeling’ involving a critique of existing approaches to production/consumption communicated through highly considered artifacts” (Seago and Dunne, 1999: 16-17). As socio-aesthetic research, design making, in this case, is directed at the materialization and situation of aesthetic and critical theories. Through materials and form, ideas become available both for aesthetic reception and for everyday consumption.

In questioning design as merely ‘in service’ to ideas and problems posed in advance and outside of design, design itself is understood to be inherently ideological. But rather than a mere description of ‘what is’ or a normative prescription of ‘what should be’, critical prac- 

← Practice exposes alternative or competing ideas, making what Stan Allen calls ‘forceful propositions’ about the status quo and future realities (Allen, 2000; see also Buchanan, 1989). While design form inevitably embodies certain ideas, such ideas and their materialization for purposes of ‘ideological transfer’ are questioned. The propositional and projective potentials of material form are crafted to foreground conceptual aspects for reflection within design and in use. Indeed, design exceeds mere quotation or commentary through the transformations possible only through material form.

Critical objects – critical subjects?

Design certainly may take on roles that are conceptual, demonstrative, or persuasive. However, design moves beyond rhetoric by means of material form, everyday utility, and ongoing interaction. As the products – conceptual or material – of design practice enter the world, proposed ideas, values and use become open to deliberation and interpretation, affirmation or further critique. Just as design moves beyond commentary through material transformation, critical designs must be put to use in order to effect behavioral transformation. Indeed, it is precisely material form – ‘physically perceptible and experientiable facts’ (de Carlo, 1970) – that might allow for use as ‘active critical participation.’

Thus, a notion of ‘object as text’ resonant in ideas of critique and criticism drawn from art history or linguistic theory in ‘critical architecture’, may not fully account for the conditions of use. Difficult forms might force a hermeneutic reading of the formal operations of its (de)construction – the architect quite literally situated as author, the inhabitant as reader. However, a much different story might be told during or after decades of inhabitation (Eisenman, 1975; Frank, 1994). As any range of postmodern and post-critical revisions suggest, architecture is not writing, nor are spatial practices discursive (Allen, 2000; Hatton, 2004). There is no transparent ‘ideological transfer’ between reading and writing, production and consumption, design and use. In between, any number of interpretive, experiential, social, and cultural factors intervene.

Use involves a range of other ideas – and ideologies – that also come into play in personal, social, and cultural practices. As Charles Rice articulates, “‘Critical’ problems occur when projects founded in an opening up of critical experiential possibilities as part of a design process are then, as concrete buildings, confronted by the inherently critical experiences of actual subjects” (Rice quoted in Hatton, 2004: 107). Just as ‘design’ does not involve any absolute determination or unequivocal translation of ideas into form, nor does ‘use’ merely involve efficient translation of and compliance to such ideas. Further, since the interactive technologies central to interaction design put use into particular focus, further developing a notion of critical practice must engage with such questions – that is to say, how an ‘object as discourse’ meets ‘reflection in use’.

DESIGN AS RESEARCH

Another more general issue is how ‘criticism from within’ might be related – or equated – to design research. Certainly, proponents of critical practice may engage rather deeply into social and aesthetic theories – but rather than categorical distinctions set out in early conceptions of criticality in architecture, there must be other bases established for ‘criticism from within’ inevitably biased and compromised positions in design. In postcritical architecture, as well as practice-based research, alternative intellectual bases for operational bases have been sought, for example, in pragmatic philosophies. For example, his account of ‘reflective practice’, Donald Schön describes a complex interplay of generative and propositional modalities in ongoing and situated practice, proposing that “When someone reflects-in-action, he becomes a researcher in the practice context” (Schön, 1983: 68). Rather than objective knowledge or abstract theory, conceived of as above or in advance of practice, such

perspectives give primacy to subjective interpretation and practical experience.

In architecture, where other branches of philosophy and critical theory have been more pervasive, the notion of ‘reflection’ might be extended and differentiated more specifically in relation to notions of ‘criticality’. A pragmatic conception of reflection is extended as a critical modality – to question and transform rather than only to describe and affirm. Jane Rendell considers ‘reflection in action’ in architectural research, but extends this to include the modes of critical thinking more central to architectural discourse (Rendell, 2000; see also Coyne, 2005). She argues for design and research that do not just solve or analyze problems but may critically rethink the parameters of a problem, theory or institution. Indeed, making in itself – particularly making experimental forms and conceptual artifacts – acts as a critique of the paradigms of knowledge held in the architectural profession and building industry.


Rather than merely tolerating uncertainty, and making every attempt to systematically reduce and manage it, critical theory may operate to open up and expose problematics. Resulting objects may not solve or resolve problems that might the focus in professional practice – instead, they may critically rethink the parameters of the problem itself. In such terms, neither design nor research may be about solving problems or reducing uncertainty, but opening up complexity and criticality. Rather rote replication or systematic application, theory might operate as the intervention of ‘radical doubt’ (Bryson, 1990) and ‘tactical improvisation’ (Hunt in Blauvelt, 2003). Perhaps a shared aim of critical design and design research is not simplification but diversification of the ways in which we might understand design problems, ideas, and boundaries.

There are only practices

Such intertwining of generative, propositional, and discursive modalities presents certain problems in practicebased accounts of research. In many such accounts, a design process might be equated to a research methodology – certainly this may characterize systematic enquiry carried out on an individual basis. However, as Rendell has pointed out that in architecture the same ‘product’ might be the result of a variety of different concepts and methodologies from diverse disciplines folded into a collaborative design process. Indeed, this is a particular characteristic of an extremely multi-disciplinary field such as interaction design. Any given design situation might well involve cross-disciplinary collaboration, multiple institutions, and stakeholder relations – comprised by any number of technical, design, artistic, philosophical, and social science practices. Indeed, critical practice might deliberately mix up traditional measures of value – playing one against the other.

‘Use value’ or utility might be disrupted by strategies drawn from art, ‘exchange value’ might be critiqued in terms of meaning and sustainability, and the ‘sign value’ of appearance might be eclipsed by ambiguous, interactive, and open forms. Further, if use is considered as a form of ‘active critical participation’, any range of other practices may be intervened in proximate or cultural processes of use. Critical practice and design research might thus be understood to include – and juxtapose – multiple and even conflicting practices that may be more typically lumped together in disciplinary categories. As architect Stan Allen argues, “There is no theory, there is no practice. There are only practices, which consist in action and agencies. Practices unfold in time, and their repetitions are never identical” (Allen, 1999; see also Frayling, 1993/4).

IMPLICATIONS FOR (INTERACTION) DESIGN RESEARCH

Architecture and interaction design complicate notions of ‘object as discourse’ and ‘design as research’. First, they must be concerned with engagement not only in textual or formal terms, but in terms of performativity, interactivity, and transformation – over time. Further, 

← criticality in such fields cannot be categorically or relevantly located in terms of a single discipline or individual practice. What falls outside or inside design – in terms of boundary issues between disciplines and between design and use – remains an open question. While architecture and interaction design might highlight such issues, they will – we believe – also become increasingly in focus in other domains, as technologies become increasingly pervasive and with certain multi-, post-, or antidisciplinary tendencies within critical practice and within design research (Sandino, 2004; Attfield, 2000).

A focus on temporal form and use as participation – central to interaction design (Redström 2001, Mazé and Redström, 2005; Mazé 2007) – opens up new questions, such as how a critical design relates to reflective use, and, vice versa, how might ‘active critical participation’ somehow determine design. We must ask how thinking and making in interaction design – as ‘problem-finding’ rather than ‘problem-solving’ – might enquire into ongoing relations between critical design and critical use.

Indeed, it might be difficult for interaction design – and perhaps even for design research – to rest on any singular or stable set of foundations. One might even argue that such fields might be essentially characterized by multiple fringes – rather than foundations – at the edges of various disciplines where they overlap with others. Interaction design might be concerned with, and contest, any range of constitutive disciplines – design research might include any range of historical, theoretical, and operative practices. Building foundations that might be a basis for criticality in any traditional structuralist sense, that is, in terms of borders that might be categorically defended, are rendered more or less permeable and dynamic. Instead, perhaps we need to orient – and construct – different concepts for working with a ‘criticism from within’ in critical practice and design research.

A PROGRAMMATIC RESPONSE

Instead of conclusions, we would like to end this paper by briefly discussing how we have come to think of the notion of the ‘program’ as a way to frame such critical practice in a research setting. We also present some examples of our own critical orientations, as ‘objects as discourse’ crafted in our own work.

It seems that any simplistic notions of disciplinary ‘foundations’ with clear boundaries will be of little use here, since neither what happens during design nor during use can be easily described in such terms. Yet, it is precisely such foundations for practice that are often considered as the contribution of research. Furthermore, for critical opposition to be possible, there has to be something to oppose. Thus, this creates a somewhat problematic situation with respect to foundations – which are both necessary and defied.

As a response, we have developed a notion of the ‘program’ as a frame for experimentation. Elsewhere, we discussed the use of design research programs as “provisional knowledge regimes” (Binder and Redström, 2006), as a structuring of experimentation, and its theoretical orientations, in ways that are not absolute. As seen from the outside, such programs present one out of many possible world-views. From the inside, however, a program is meant to make the world appear in a certain way by means of positioning certain issues, methods, and materials in relation to each other. For instance, a program might build on concerns, concepts, and discourses from a range of disciplines but still present one idea of how they relate to each other.

As the program unfolds through collaborative and multi-disciplinary work over time, the meaning – or consequences – of this proposed view on the world evolve and materialize through design experiments. In this way, the program is meant to act as a, or even the, foundation for design when experienced from the inside.

From the outside, however, we see that this notion of a foundation is something of an illusion, and that several other and, quite likely, even completely incompatible, perspectives co-

exist inside. In this way, the notion of the program might address the need for foundations that can be built upon or criticized, affirmed, or opposed in a critical design practice in a way that is still open for, and sensitive to, heterogeneity and multiplicity. In a sense, the program implies its own local short-term micro-practice (or even disciplinarity) by orienting an otherwise multi-/inter-/etc.- disciplinary group towards a common set of concepts, concerns, and methods. This makes it possible to relate what is going on to what happens inside other such programs, also on a 'disciplinary' basis by means of critique or opposition.

Slow technology (1999–2001)

PROGRAM

In this program, combinations of multiple disciplines were directed at contesting distinction between aesthetic/technical practice (design/engineering, packaging/hardware). Thus we took up a position at the fringes and against mainstream Human-Computer Interaction – (an 'outside-in' position, as discussed above). In "designing for reflection" (Hallnäs and Redström, 2001), the program challenged ideas of 'use' and 'functionality' central to HCI by means of, for instance, deconstructing acts of use and focusing instead on the aesthetics and expressiveness of technology as material, and on how computational things present themselves to us as we use them.



EXPERIMENTS

'Expressions'.

Experimenting with relations between 'ordinary' materials and computational technology, we created a series of devices for reading and writing information (Hallnäs et al, 2001). Exploring alternative aesthetics and expressions of basic acts of information technology, these were meant to shift focus from spatial surface to temporal form. One such device was the 'Fan House', a display where the pixels have been replaced by a wooden rack, fans and fabric.




'Abstract Information Appliances'.

This was a series of conceptual designs exploring what it would mean to design information appliances in terms of the expressions of basic acts of using computational things, rather than their functionality. These appliances included devices such as 'a waiting tube' (a device made for waiting), 'a free antenna' (turning the act of making a device available for communication into an act of intense concentration), 'curtains' (exploring the opposite of 'windows' as a way of arranging what can be seen) (Hallnäs and Redström, 2002). These experiments were concluded with a large-scale installation of an 'information deliverer': a device delivering pieces of information in the form of pieces of textile blowing through large plastic tubes (Hallnäs et al, 2002).

Static! Energy awareness (2004–2005)

PROGRAM

In 'disciplinary' terms, Static! combined multiple design-related disciplines (textile/ industrial/architecture/product, HCI/engineering, etc.) to query conventional notions of 'consumption' with respect to energy use and its relations to society, behavior, and the market – thus taking an inside-out position, as discussed above. Working with energy from both a technical and an aesthetic point of view, we explored energy as a sort of material to increase awareness of energy consumption through the interactions with everyday things 

← (Backlund et al, 2006). To complement and challenge more conventional focus on problem-solving, participatory and critical practices experimented with aesthetic issues. For example, the form and materials of familiar domestic objects were decomposed – literally and conceptually. While carefully crafting visual, tangible, and experiential qualities, our intent was to materialize relations to energy such that they might be reflected upon, within design processes, in actual use, and in the public arena.

EXPERIMENTS

'Erratic Radio'.

The Erratic Radio is a re-designed radio that 'listens' not only to normal radio frequencies but also to those around the 50Hz band – frequencies emitted by active electronic appliances. As a reaction to increasing energy consumption, the functional behavior of the radio becomes erratic and unpredictable, thus conceptually relating to the unpredictable, uncontrollable, and intangible effects of increasing energy consumption (Ernevi et al, 2005b).

'Energy Curtain'.

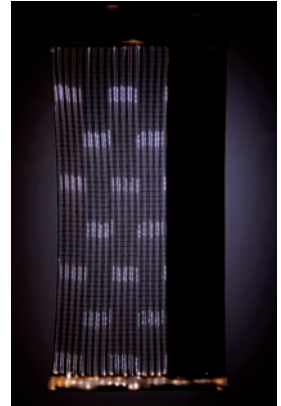
Using solar panels facing outside, the Energy Curtain collects energy during the day to light up in the dark at night. In use, this curtain is a tangible exercise in finding a balance between energy consumption and conservation – a choice between enjoying the sunlight during the day and having it collect energy to be able to light up during night (Ernevi et al, 2005a).

ACKNOWLEDGEMENTS

This research was funded by Vinnova (Slow Technology) and Energimyndigheten (Static!).

The work presented here is the result of extensive and collaborative teamwork:

"Expressions" were made by Lars Hallnäs, Patricija Jaksetic, Peter Ljungstrand, Johan Redström and Tobias Skog. The "Information Deliverer" was made by Staffan Björk, Lars Hallnäs, Rebecca Hansson, Peter Ljungstrand, Johan Redström and Linda Worbin. The "Energy Curtain" was made by Anders Ernevi, Margot Jacobs, Ramia Mazé, Carolin Müller, Johan Redström and Linda Worbin. The Erratic Radio was made by Anders Ernevi, Samuel Palm and Johan Redström.



The perspective on design research presented in this paper is the subject of ongoing work at the Interactive Institute – for a presentation of a recent program that follows up on many such issues raised here, see: Mazé and Redström (2008) *Switch! Energy Ecologies in Everyday Life*. *International Journal of Design* 2(3), pp. 55-70.

REFERENSER

Agrest (1976) *Design versus Non-Design*. *Oppositions* 6 (Fall 1976): 331-354.
Allen (2000) *Practice: Architecture, Technique and Representation*. Amsterdam: G+B Arts International.
Allen (1995) *Dazed and Confused*. *Assemblage* 27, 47-54.
Allen (1999) *Practice vs Project*. *Praxis* 1, no. 0, 112-123.
Ambasz (ed.) (1972) *Italy: The New Domestic Landscape, achievements and Problems of Italian Design*. New York: Museum of Modern Art.
Atfield (2000) *Wild Things: The Material Culture of Everyday Life*. Oxford, United Kingdom: Berg.
Backlund, Gyllenswärd, Gustafsson, Ilstedt Hjelm, Mazé

and Redström (2006) *STATIC! The Aesthetics of Energy in Everyday Things*. *Wonderground*, Design Research Society International Conference. Lisbon, Portugal, November.
Baird (2005) *'Criticality' and its Discontents*. *Harvard Design Magazine*, no. 21, 1-6
Binder and Redström (2006) *Exemplary Design Research*. *Wonderground*, 2006 Design Research Society International Conference. Lisbon, Portugal, November.
Blauvelt (curator and ed.) (2003) *Strangely Familiar: Design and Everyday Life*. Minneapolis, MN: Walker Art Center.
Bryson (1990) *The Erotics of Doubt*. *New Observations* 74.
Buchanan (1989) *Declaration by Design: Rhetoric,*

- Argument, and Demonstration in Design Practice*. In *Design Discourse*, edited by Margolin, 91-109. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Coyne** (2005) *Wicked Problems Revisited*. *Design Studies* 26, 5-17.
- d'Ailly, Olausson, and Sten** (curators) (2005) *Extra Ordinary*. Stockholm, Sweden: Kulturhuset.
- Dal Co, Francesco** (1978) *Criticism and Design*. *Oppositions* 13, 155-169.
- De Carlo** (1970) *Architecture's Public*. Reprinted in *Architecture and Participation*, edited by Peter Blundell Jones, Doina Petrescu, and Jeremy Till, 3-22. London, Spon Press, 2005.
- Dunne** (1998) *Hertzian Tales: Electronic Products, Aesthetic Experience and Critical Design*. London: Royal College of Art Computer Related Design Research Studio
- Dunne and Raby** (2001) *Design Noir: The Secret Life of Electronic Objects*. Basel, Switzerland: Birkhäuser and August Media. 17
- Eisenman** (1975) *Cardboard Architecture: House 1 & 2*. In *Five Architects*. New York: Museum of Modern Art, 15-27.
- Ernevi, Jacobs, Mazé, Müller, Redström, and Worbin** (2005a) *The Energy Curtain: Energy Awareness*. In: Redström, Redström and Mazé, R. (eds.) (2005) *IT+Textiles*, p. 91-96. Helsinki: Edita/IT Press.
- Ernevi, Palm and Redström** (2005b) *Erratic Appliances and Energy Awareness*. Nordic Design Research Conference May 29-31, 2005, Denmark.
- Frank** (1994) *Peter Eisenman's House VI: The Client's Response*. New York: Whitney Library of Design.
- Frayling** (1993/4) *Research in Art and Design*. *Royal College of Art Papers* 1, no. 1, 1-5.
- Grosz** (2001) *Architecture from the Outside*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Hallnäs and Redström** (2001) *Slow Technology; Designing for Reflection*. In: *Personal and Ubiquitous Computing*, Vol. 5, No. 3, pp. 201-212. Springer.
- Hallnäs and Redström** (2002) *Abstract Information Appliances; Methodological Exercises in Conceptual Design of Computational Things*. Symposium on Designing Interactive Systems (DIS). New York: ACM Press, 105-116.
- Hallnäs, Jaksetic, Ljungstrand, Redström and Skog** (2001) *Expressions – Towards a Design Practice of Slow Technology*. INTERACT conference, IFIP TC.13
- Hallnäs, Melin and Redström** (2002) *Textile Displays; Using Textiles to Investigate Computational Technology as Design Material*. NordiCHI conference. New York: ACM Press, 157-166.
- Hatton** (2004) *Exploring Architecture as a Critical Act*. *Architectural Research Quarterly* 8, no. 2, 105-198.
- Hays** (ed.) (1999) *Oppositions Reader: Selected Essays 1973-1984*. Princeton, NJ: Princeton Architectural Press.
- Hays** (1984) *Critical Architecture: Between Culture and Form*. *Perspecta*, no. 21, 4-29.
- Hill** (2000) *Institutions of Architecture*. *Offramp* 1, no. 7, 72-81.
- Jameson** (1985) *Architecture and the Critique of Ideology*. In *Architecture, Criticism, Ideology*, edited by Ockman et al. Princeton, NJ: Princeton Architectural Press.
- Kristoffersson** (2003) *Memphis och den italienska antidesignrörelsen*. PhD Diss. Göteborg University, Sweden.
- Lang and Menking** (2003) *Superstudio: Life Without Objects*. Milan, Italy: Skira Editore.
- Lees-Maffei and Sandino** (2004) *Dangerous Liasons: Relationships between Design, Art and Craft*. *Journal of Design History* 17, no. 3, 207-219.
- Mazé** (2007) *Occupying Time: Design, Technology and the Form of Interaction*. PhD Diss, Malmö University, Sweden.
- Mazé and Redström** (2005) *Form and the Computational Object*. *Digital Creativity* 16, no. 1, 7-18.
- Niedderer** (2005) *Exploring the Expressive Potential of Function*. In *Craft in Dialogue: Six Views on a Practice in Change*, edited by Jönsson, 45-54. Stockholm: Craft in Dialogue/IASPIS.
- Redström** (2001) *Designing Everyday Computational Things*. PhD diss., Göteborg University, Sweden.
- Rendell** (2000) *Architectural Research and Disciplinarity*. *Architectural Research Quarterly* 8, no 2, 141-148
- Robach** (curator and ed.) (2005) *Conceptdesign*. Stockholm: Nationalmuseum.
- Sandino** (2004) *Here today, gone tomorrow*. *Journal of design history* 17, no. 3, 283-293.
- Schön** (1983) *The Reflective Practitioner*. New York: Basic Books.
- Seago and Dunne** (1999) *New Methodologies in Art and Design Research: The Object as Discourse*. *Design Issues* 15, no. 2, 11-17.
- Sengers, McCarthy, and Dourish** (2006) *Reflective HCI: Articulating an Agenda for Critical Practice*. Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI). New York: ACM Press, 1683-1686.
- Silvetti** (1977) *The Beauty of Shadows*. *Oppositions* 9, 43-61.
- Tafari** (1974) *L'Architecture dans le Boudoir: The Language of Criticism and the Criticism of Language*. *Oppositions* 3, 291-316.
- Thackara** (1988) *Beyond the Object in Design*. In *Design After Modernism*, 11-34. New York: Thames and Hudson.
- Verbeek and Kockelkoren** (1998) *The Things that Matter*. *Design Issues* 13, no. 3, 28-42.

RESEARCH DESIGN JOURNAL kommer att i varje nummer presentera böcker som berör design och designforskning. Somliga recenseras, andra anmäls. Tips om böcker, lämpliga att skriva om, tas gärna emot. Hör av er till redaktionen: lisbeth.svengren.holm@svid.se

FASHION-able: Hacktivism and Engaged Fashion Design

Författare: *Otto von Busch*

Förlag: ArtMonitor, 2008

ISBN 978-91-977757-2-4



”HACKTIVISM” är en kombination av orden hacker och activism, det vill säga det handlar om både politisk aktivitet och tekniskt kunnande. De flesta känner förmodligen till vad en hacker sägs syssla med. Däremot är det knappast alla som accepterar hackerens metoder. Den som hackar sig i servrar eller världsomspännande datatrafik, möblerar om och kapar information,

betraktas av somliga som anarkistisk storskurk medan några hellre kallar honom eller henne för hjälte i demokratis namn. Vad har då allt detta med mode att göra? Rätt mycket enligt Otto von Busch, som doktorerade i höstas på HDK vid Göteborgs universitet. I hans doktorsavhandling *Fashion-able* spelar hacktivismen rentav huvudrollen. En hacker inom modebranschen plockar idéer både här och där, snor detaljer för att kombinera dem på nya oväntade sätt och hämtar inspiration från gatan eller catwalken i Paris. Otto von Busch ser framför sig att en ny yrkesroll för framtida textildesigner, den hacker med uppgift att leda och fördela det kreativa arbetet inom modevärlden bland både proffs och amatörer. I sann demokratisk anda och med ett slags politisk ambition att förändra maktstrukturer.

I *Fashion-able* konstaterar von Busch med all rätta att intresset för mode stigit rejält på senare år. Äntligen börjar ”fashion” få kulturell status också här i Sverige. Samtidigt har andra intressenter än tidigare fått makt över modebranschen utveckling: tillverkningsindustrin, reklambyråvärlden och även andra varuområden, till exempel bilindustrin, har numera en betydligt större inflytande över modebranschen än de hade på den tiden när haute couture var reslutatet av ”bara” en modedesigner och ett antal hantverkskunniga sömmerskor eller skräddare.

Utvecklingen är motsägelsefull och paradoxal. Modet har blivit både mer demokratiskt, eftersom fler har råd att klä upp sig men samtidigt mer uteslutande därför att modet i så hög grad handlar om identitetssökande och grupptillhörighet. Von Busch talar om och ger exempel på en dekonstruktion av modebegreppet, och ser framför sig hur hacktivismen genom ett givande och tagande kan ge det lilla kollektivet verktyg att förändra sitt liv. Under varsam ledning av modesigner som alltså i framtiden kommer att verka mitt i nuet.

Den forskning avhandlingen bygger på utgår från författarens egna modekokböcker, ”recyclopedia” kallar han dessa. Som namnet antyder handlar dessa till stor del om återbruk. Kokböckerna innehåller recept över hur man enkelt kan sy om gamla plagg som kanske hamnat långt bak i garderoben. De kompletteras med gör-det-själv-kit för modedesign. DIY (do-it-yourself) är för övrigt ett vanligt förekommande begrepp i *Fashion-able*.

Flera av de olika projekt som von Busch beskriver – workshops eller utställningsförberedelser – har organiserats utifrån någon av dess modekokböcker. Bland exemplen finns en utställning på ett konstgalleri i Istanbul där hackers och konstnärer med modeinriktning bjöd in besökarna att delta i det konstnärliga arbetet. Och Merimetsa, ett rehabiliteringscenter i Estland där den första kollektionen kläder, *RE_TALLiation*, ritades av två modestudenter och var en mix av glamorösa accessoarer och inslag från den betydligt påvrare omgivningen. Eller Dale SkoHack, ett projekt utfört på en skofabrik i Norge.

Man skulle kunna säga att Otto von Busch helt enkelt forskat på ett fenomen som han själv varit med och skapat själva förutsättningarna för, vilket gör det hela minst sagt en smula problematiskt ur ett objektivitetsperspektiv – om man tycker det är viktigt.

I avhandlingen finns också avsnitt som handlar om befrielseologi och samarbete mellan professionella och amatörer inom astronomin. Låter det halsbrytande? Det är det också. Överraskande men samtidigt ganska lustigt. Man behöver varken hålla med eller protestera, bara lapa i sig.

I en intervju i tidningen *Metro* (3 november 2008) fick

Otto von Busch frågan om inte hans metoder att ”göra om” och ”göra själv” för tankarna till 1970-talsanda, det vill säga en glad politisk men flummig amatörism. Så här svarar han: ”Det är just det som det inte är. På 70-talet sydde man om kläder som ett sätt att koppla loss sig från samhället. Men de som gör det i dag gör det för att plugga in och förändra samhället inifrån.”

Intressant tanke, tycker jag. Fantastiskt om det kunde bli så, om intresset för mode och att klä sig kunde bidra till att förändra världen till något bättre, mer demokratiskt. Men jag har mina dubier. Jag vill verkligen inte framstå som någon dyster pessimist men har ändå en känsla av att von Busch är lite väl både idealistisk och optimistisk. Framtiden får väl utvisa den saken medan vi läser vidare i den ovanligt väl formgivna, roligt bildsatta och bitvis underhållande avhandlingen.

Så här ungefär kan det låta när Otto von Busch beskriver hur engagerad hacktivist-designer gör och agerar. Han/hon återuppväcker en viss stämning, ger röst åt tystnaden, använder de informella kanalerna, bygger upp självförtroende, mobiliserar resurser, provocerar det ”för-givet-tagna”, gör upp planer på mikroplanet, formar allianser och intensifierar sin makt genom att förenas med sammanhang som har ännu större energi. Och jag vill bara önska lycka till!

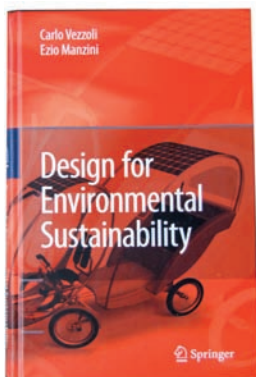
LOTTA JONSON

Design for Environmental Sustainability

Författare: Carlo Vezzoli, Ezio Manzini

Förlag: Springer, 2008

ISBN 978-1-84800-162-6



HUR SKA MAN sprida information om att västvärldens sätt att hantera miljön blivit lik en tickande bomb – utan att få halva befolkningen emot sig? Av politiska eller ekonomiska skäl. Samt att resten i ren desperation stoppar fingrarna i öronen för att slippa höra. Jag antar att en hel del strategi av det slaget föregått det minst sagt återhållna anslaget i *Design for Environmental Sustainability*. På gott och ont.

Här finns inga smaskande rubriker, inga skräckscenarier där halva jordens yta hamnat under vattnet eller isbjörnar simmar bland sönderbrutna isflak, inga osande sopberg

som tornar upp sig inför våra stirrande blickar. Inga bilder att värja sig mot alltså. Å andra sidan får de nedtonade beskrivningarna åtminstone mig att känna en obehaglig olust över alltings tröghet. Kalla kårar drar utmed ryggraden vid tanken på att det snart kan vara för sent, att utvecklingen mot den globala miljökatastrofen fortgår utan någon skönjbar genomgripande förändring i sikte.

Carlo Vezzoli och Ezio Manzini, båda välkända forskare, debattörer och lärare inom ämnet ”hållbar design” vid Politecnico di Milano, har alltså valt en tålmodets taktik för sin praktiska handledning i hållbar design.

BLAND DE SOM kallar sig formgivare eller designer finns åtskilliga yrkesmän som dagligen ägnar sig åt miljövänliga designlösningar men också de som mer eller mindre omedvetet aktivt bidrar till resursslöseri och nedskräpning.

Designerns vardag är ofta paradoxal; nya produkter måste tas fram trots att tillverkningen ur miljösynpunkt snarast borde begränsas radikalt eller rentav upphöra. Bokens målgrupp är i första hand just personer med erfarenhet av designarbete vilket gör frågeställningarna ännu mer angelägna, rentav brännheta. I själva verket borde den här boken finna på varje designhögskola och varje designkontor.

Design for Environmental Sustainability är nämligen en ytterst konkret och handfast exempelsamling över bra och dåliga designlösningar. Den är pedagogiskt disponerad med fem huvudkapitel av vilka de tre mittersta innehåller de flesta av de nämnda handfasta råden.

Där finns beskrivningar av fysiska och kemiska fakta, listor med hur man ska göra och hur man inte får bete sig om man ska formge för ett framtida hållbart samhälle. Den ger en lång rad ”guidelines” för hur designer bör analysera det vardagliga arbetet, den talar både om komplikationer och möjligheter och vill ge alla yrkesverksamma ”road maps” för formgivningsarbetet framöver. Den propagerar för en övergång från tillverkning av produkter till olika typer av tjänster som till exempel underlättar samägande med hjälp av utvidgad datorisering. Den är både teoretiskt och praktisk. Här finns avsnitt som går igenom hur man räknar fram livscyklar (LCS, Life Cycle Assessment) i olika förmodade scenarier likaväl sidor med listor över och förklaringar av olika plasters kemiska påverkan på omvärlden.

I DE TVÅ OMSLUTANDE delarna, kapitel ett och fyra, vidgas temat och ämnet ”flyttar ut” i samhället. Här hettar det till, här närmar sig både Manzini, som författat det första, och Vezzoli, som står för slutet, det allra svåraste: politiska styrmekanismer, sociala klyftor, skillnaderna mellan fattiga och rika länder, den globala ekonomins

konsekvenser och mycket mera. Vezzoli går igenom FN:s olika miljömål, internationella överenskommelser och underskrivna protokoll. Han talar om vikten av demokrati, om att tredje världens människor har rätt till en lika stor del av världens resurser som vi i de rika länderna. Idag kämpar industriländerna för att upprätthålla standarden på bekostnad av den resterande delen av klotet. Så kan det inte fortsätta. Också på dessa sidor, när det handlar om rasande orättvisor, är tonläget nedskruvat som för att inte hamna i konflikt med någon presumtiv läsare. Ändå är detta sprängstoff.

Så här skriver till exempel Manzini: "Detta intrikata problemkomplex (han hänvisar till stycke innan som handlar om att möjligheten eller omöjligheten att förändra livsstil med eller utan uppoffringar) ger intrycket av att ingen förändring i riktning mot hållbarhet är möjlig utan att man håller ett öga på de sociala och kulturella dimensionerna i sammanhanget. Så är det bara delvis. Av samma skäl vägrar den så kallade 'mjuka övergången', som vi använder för att skissera en möjligt vägkarta, att erkänna några dramatiska sprickor i det rådande ekonomiska systemet. Med andra ord, på lokal och global nivå måste det förhärskande socio-teknologiska systemet ändras radikalt i sökanden efter nya ekonomiska tillgångar som skulle kunna garantera det. Följaktligen, ingen rörelse mot bättre hållbarhet är möjlig utan att man också håller ett öga på ämnets ekonomiska dimensioner."

Går det att uttrycka saken mer försiktigt? Jag bara undrar.

AV ALLT ATT DÖMA är *Design for Environmental Sustainability* inte i första hand avsedd att vara opinionsbildande bland befolkningens breda lager. Manzini och Vezzoli vill nå sina kollegor och elever, personer som borde förstå, borde reagera, kavla upp ärmarna och börja kämpa på barrikaderna för ett bättre miljö. Men hur ska kunskaperna spridas vidare? När kommer alla att av fri vilja tacka nej till mer prylar?

Efter läsningen *Design for Environmental Sustainability* känner man sig lätt desperat. Alla vill vi leva lyckliga liv, alla vill vi ha det bra, men vi måste ändra på våra definitioner om vad som är ett bra liv, konstaterar Ezio Manzini. Vad händer med smogen och de smältande glaciärerna medan han och medförfattaren Carlo Vezzoli stillsamt försöker få designer att tänka hållbart? Går det att förena maximal lönsamhet med ekologiskt tänkande? Hur ska vi få miljöekvationen gå ihop?

LOTTA JONSON

Här följer ett antal kortare tips om ett antal andra böcker i ämnet "design för hållbar utveckling". Samtliga bedömare arbetar på SVID.

Cradle to Cradle

Författare: *William McDonough & Michael Braungart*
Förlag: North Point Press, 2002
ISBN 9780865475878



BOKEN ÄR ETT SLAGS "bibel" i uppkomsten av och förståelsen för miljötankande. Jag upplever boken som ett slags manifest med krav på omvandling av den mänskliga industrin genom intelligent design. Bra historisk exposé, viktiga principer och avgörande förhållande beskrivs med ett enkelt och tilltalande språk.

MARIE LOFT

Design för hållbar utveckling

Författare: *Ann Thorpe*
Förlag: Raster, 2008
ISBN-13:978-91-87215-803, ISBN-10:91-87215-802



DEN HÄR boken är lättläst, intressant och högaktuell. Den är indelad i tre avdelningar: ekologi, ekonomi och kultur. Thorpe utgår från följande definition av hållbar utveckling: "utveckling som stimulerar miljömässiga och sociala förutsättningar som kan främja mänsklig välfärd under obegränsad tid".

Vad är då hållbar design? Definition enligt boken är "teorier och metoder för design som baseras på ekologiska, ekonomiska och kulturella betingelser som främjar mänsklig välfärd i obegränsad tid". Avsnittet om Ekologi gav en bra bild av den komplexitet som miljöfrågan hand-

lar om. Den handlar också om designers roll i den utveckling som vi hittills har sett. Författaren går så långt som att design är en av de bidragande orsakerna till den höga konsumtionen vi har idag. Det är denna konsumtion som är den värsta boven vad gäller miljöbelastningen. Vi får också en bra inblick i hur allt hänger ihop, från råvaruuttag, produktion av vara till konsumtion och återvinning.

Thorpe skriver: ”Ekosystemen har förmåga att anpassa sig till förändringar över tid, men deras förmåga att anpassa sig är inte obegränsad.” Den höga konsumtionen idag gör att vi tar ur ekosystemen i snabbare takt än vad systemen klarar av att återhämta.

Slutsatsen blir: ”Uppgiften att verkligen se materialen, vad de är gjorda av, vart och hur de färdas fortsätter att vara en nyckelfråga för hållbar design.”

EKONOMIAVSNITTET läste jag precis när finanskrisen blev den stora nyheten i medierna. Avsnittet i boken gav en förklaring till hur ekonomi, konsumtion och miljöförstörelse hänger samman.

Även i detta avsnitt lyfter hon fram designers ansvar: ”Designer har spelat en viktig roll när det gäller att elda på den ekonomiska tillväxten.” Ingen upplyftande läsning, men ack så aktuell. I boken lyfter hon fram att ”den aktuella betoningen på monetär tillväxt innebär flera hinder för hållbar design. Många viktiga värden förbises”. En viktig slutsats är att ”ekonomin är en nyckelkomponent i hållbar utveckling, eftersom den är en social förutsättning som påverkar mänsklig välfärd.”

Det tredje avsnittet knöt samman de tre huvudtemana i boken och lyfte fram på vilka olika sätt design kan spela en roll i framtiden samtidigt som designer tar ett hållbart ansvar. Man pratar om ”öppen design”, där användarna har kontakt med designern under utvecklingen, även om graden av medverkan kan variera ganska mycket.

Sist i boken tar Thorpe upp tre system för förändring:

Teknologi – designer upptäcker, uppfinnar eller tillämpar ny teknik till exempel ekologisk bomull, politik – designer är ekonomiska aktörer som formar och svarar på politiska beslut samt beteende – god design talar om för användaren vad han ska göra.

Boken avslutas med följande ord: ”Som designer kan vi bryta med tidigare mönster på många sätt. Framför allt måste vi ta hänsyn till mänskligt välbefinnande när det gäller miljömässiga, ekonomiska och kulturella betingelser och huruvida dessa betingelser verkligen stöder välbefinnande i obegränsad tid. Detta stöd är vad som definierar och möjliggör hållbar design.”

Grön design

Redaktörer: *Cecilia Bertilsson* och *Mats Hellmark*
Förlag: Naturskyddsföreningens temabok 2008
ISBN 915582008 5



GRÖN DESIGN handlar precis om det man tror – beröringspunkter mellan design och miljö, där designen framförallt (men inte enbart) utgörs av textilier. Varje kapitel avhandlar en ny, eller delvis ny, ingångsvinkel till ämnet där de mest intressanta berör produktion av varor i utvecklingsländer för konsumtion i industriländer. Exempel på andra

ämnen är återanvändning och återvinning, miljövänliga tyger, hållbar design med mera. Ett flertal porträtt av designer och formgivare genomsyras av miljötänkande i designprocessen. Boken är ganska spretig. Den drar åt alla möjliga håll och upprepar sig lite samtidigt. Den talar till redan frälsta i stor utsträckning, men vissa kapitel är ändå inspirerande. Däribland det som handlar om ”Schysta fabrikörer” där Karin Stenmar och Annika Axelsson startat textilproduktion på Sri Lanka. Deras tanke är att alla som arbetar i deras fabriker ska ha bra villkor samtidigt som de skapar en kvalitetsprodukt till konkurrensmässigt pris. Det är ett intressant företag med starka och drivande personer i spetsen, och texten ger inblick i en process vi alla medverkar i när vi köper kläder. Detsamma gäller kapitlet ”Bomull på liv & död” som berättar om bomullsproduktionen i Indien. Där sätts inhemska bomullsodlare i skuld när de tvingas investera i bekämpnings- och gödningsprodukter för att kunna producera så mycket som möjligt så fort som möjligt. När så sedan skörden slår fel har odlarna inga möjligheter att betala sina skulder och ser ofta ingen annan utväg än självmord. Därför kallas ofta bomullsodlingarna för dödens fält. Även detta kapitel behandlar västvärldens vilja att till vilket pris som helst komma över billiga produkter.

Sammanfattningsvis blandas inspirerande och tankeväckande material med relativt intetsägande kapitel, men samtidigt kan det jag tycker är intetsägande säkert vara intressant för någon annan. Det är kanske det som är bokens styrka – det övergripande budskapet om medveten design och konsumtion genomsyrar alla delar men med olika infallsvinklar så att alla kan hitta något som gör att just de tar till sig det.

Emotionally durable

Författare: *Jonathan Chapman*

Förlag: Earthscan, 2005

ISBN 11844071804, 9781844071807



BOKEN VAR LÄSVÄRD, men något svårläst rent språkligt. Kortfattat ser jag dock att den var intressant och vände lite upp och ned på invanda miljötankar. Den innehåller mycket lite av den konventionella hotlistan men noterade viktiga delar som klimatförändringar och jordens växande befolkning som ett problem. Konsumtionen tror han kommer knappast att minska men den kan förmod-

ligen förändras. ”Att försöka minska konsumtionen vore som att förmå en vampyr att sluta suga blod”. Man måste därför förändra konsumtionen och utvecklingen av produkter. Jakten på att skapa återvinningsbara resursnåla, produkter kan enligt boken vara kontraproduktivt.

När man produktutvecklar måste man se på vad som kan förbättra livet för användaren och man ”ser ofta genom kikaren från fel håll. Man tittar bort från konsumenter istället för mot”. Resultatet måste vara att skapa produkter som ligger mycket nära kundens behov och önskemål men dock inte helt. Man måste skapa önskan, dragningskraft men även spänning. Produktalet ska för konsumenten vara som ett äktenskap: Förälskelse, smekmånad och en fungerande vardag. Lite irritation ibland så man försöker finna nya vinklingar... Det betyder att produkten måste kunna ”omprogrammeras” för att behålla sitt värde för kund. Ingen idé att överprogrammera – det kan bli trist.

Det kommer enligt författaren att bli viktigt att produkten måste kunna åldras med värdighet och behålla sin attraktionskraft så att den därför kan nyttjas längre. När den väl tjänat ut ska den givetvis vara återvinningsbar, men det är knappast ett argument vid försäljningen. Hållbarheten i produkten ligger i känslan som består.

Problemet med dagens produkter är att de saknar karaktär, en karaktär som kan innehålla en historia. Avgörande för detta är sambandet mellan subjekt och objekt. Boken innehåller även en del övningar efter de olika kapitlen.

CLAES FRÖSSÉN

Debattartikel 1: Förlegad bild av Sverige

Under våren har ett par debattartiklar publicerats som är av intresse för designforskning. Den första rör regeringens forskningsansatser och dess brist på insikt om forskning inom tjänstesektorn. Under rubriken ”Förlegad bild av företagsamheten i Sverige” argumenterar en rad forskare och näringspolitiska organisationer för behovet av regeringen får upp ögonen var tillväxt sker och att det finns behov av satsningar även på detta område. Artikeln är undertecknad av 12 personer, bland andra Ulf Lindberg, näringspolitisk chef Almega, arbetsgivar- och branschorganisation för tjänstesektorn, och Stefan Holmlid, lektor, Institutionen för datavetenskap, Linköpings universitet. Läs hela artikeln på nedanstående länk: <http://gp.se/gp/jsp/Crosslink.jsp?d=114&a=471204>

Debattartikel 2: Om följden av skandaler

Den andra debattartikeln är författad av Lars Strannegård, professor i företagsekonomi vid Uppsala universitet. Den tar upp den senaste tidens skandaler som riskerar skada företags och organisationers anseende och diskuterar behovet av trovärdighet och att kvantifiera denna i den ”flytande moderniteten”. Artikeln är publicerad i Svenska Dagbladets ”Under strecket” den 14 mars 2009. Läs artikeln i sin helhet:

http://www.svd.se/kulturnoje/understrecket/artikel_2572057.svd

Forskningsnytt

VINNOVA utlyser medel för forskning om ”Vinnande tjänstutveckling”. Sista ansökningsdatum 26 maj 2009.

Ytterligare en ny tidskrift

Berg Publisher lanserar en ny ”peer-reviewed” design-tidskrift: ”Design and Culture. The Journal of the Design Studies Forum (DSF)”. Redaktör är Elizabeth Guffey, SUNY, Purchase, USA. Dessutom medverkar Guy Julier, Leeds Metropolitan University, UK, Pekka Korvenma, Konstindustriella Högskolan, Helsingfors och Matt Soar, Concordia University, Kanada.

Tre gånger per år kommer den ut från och med mars 2009. Det första numret är gratis tillgänglig på nedanstående länk: <http://www.ingentaconnect.com/content/berg/dgcj>

Läs mer på www.bergjournals.com/designandculture

FLOOV – DESIGN/INNOVATION NEWSLETTER har gjort en sammanställning av ”alla” böcker om hållbarhet och design. Gå in på nätet: <http://www.floov.net/index.php?id=en&sec=10&sub=35&pag=1>

1–3 april 2009

EAD

The 8th International Conference of the
European Academy of Design

ABERDEEN, SKOTTLAND

The Robert Gordon University

För designforskare, praktiserande designers och industrirepresentanter – ett mötesforum för idébyten och kunskapsförmedling inom hela designfältet.

Gästtalare: Julian Bleecker, Near Future Laboratory, Josephine Green, Social Foresight and Innovation, Philips, Holland, Toby Scott, Centre for Design Innovation, Irland, Klaus Krippendorff, The Annenberg School for Communication, University of Pennsylvania, USA och Fiona Raby, Dunne & Raby, London, Storbritannien.
www.designconnexity.org

1–3 april 2009

Facing/Changing –

Changing/Facing REALITIES

Design/Management Europe 13

MILANO, ITALIEN

La Triennale di Milano, Design Museum

Vad kommer ha störst inflytande på våra liv och arbeten framöver? Hur ska vi klara av att möta och förändra framtiden? Facing/Changing – Changing/Facing Realities tar upp bland annat ekonomiska realiteter och kravet på hållbar utveckling.

Talare: Stefano Marzano, Philips Design och Ingrid Halters, TomTom International B.V.
<http://www.dmi.org/european>

23–26 april 2009

The 2nd Tsinghua International Design
Management Symposium

BEIJING, KINA

Organiserat av Salford School of Art and Design, England, och Tsinghua University, School of Art and Design.
www.design2business.org

18–20 maj 2009

Greener By Design 2009

Greener Products for Leaner Times

SAN FRANCISCO, USA

Greener By Design 2009 ska ge företag och designers inspiration att förändra sina produkter så att det blir mer miljövänliga. Huvudämne: Enklare, lättare, mindre. Om hur företag ska formge eller redesigna för större enkelhet, mer kostnadseffektivt och resurssnålare.
<http://www.greenerdesign.com/greenerbydesign>

27–29 maj 2009

8th Nordcode

KOLDING, DANMARK

Designskolan i Kolding

Seminarium och workshop.

www.designskolenkolding.dk/nordcode

15–16 juni 2009

Design PhD Conference 2009

Design/Management/Brand 21 Conference

LANCASTER, STORBRIANNIEN

Lancaster University

www.imagination.lancaster.ac.uk

17–18 juni 2009

Re-Thinking ... Design

Design/Management/Brand 21 Conference

SAN FRANCISCO, USA

The Stanford Court

Re-Thinking ... Design är mer som en icke-konferens för en osäker tid och planeras utifrån ett antal ”strategiska konversationer” som förhoppningsvis ska informera, inspirera och svara på svåra frågor.

Huvudtalarna Roger Martin och Darrel Rhea ska utmana designsamhället till nytänkande på på makro- och mikro-nivå, enligt arrangörerna.

<http://www.dmi.org/dmi/html/conference/branddesign09/conference.htm>

6–9 AUGUSTI 2009

AMCIS 2009

15th Americas Conference on Information
Systems

SAN FRANCISCO, USA

The center of the high-tech Bay Area

Teori och forskning kring anpassningsbara system och servissystem.

<http://www.amcis2009.org>

30 augusti–1 september 2009

NORDES '09

Engaging Artefacts

OSLO, NORGE

The Oslo School of Architecture and Design, AHO

I samarbete med Oslo universitet.

Huvudtalare: Lizbeth Goodman, Mark Cameron Burry och Lavrans Løvlie.

www.nordes.org

2–4 september 2009

Designs on eLearning 2009

LONDON, ENGLAND

University of the Arts

För detaljer och fullständigt program:

<http://www.designsonlearning.net/index.htm>

1–2 oktober 2009

The Design Research Conference 2009 (DRC)

CHICAGO, USA

Spertus Institute, IIT Institute of Design

Talare bland andra: Robert Fabricant, Frog Design, Kim Goodwin, Stokes Jones, Philips Design, Jon Kolko, Frog Design, Dan Saffer, Kicker Studio och Tomer Sharon, Google.

För designere, planerare, konsumentforskare, lärare och studenter inom designområdet som är intresserade av de senaste metoderna inom humancentrerad design.

www.DesignResearchConference.com

<http://www.iasdr2009.org/>

5–9 oktober 2009

Changing roles New roles; New challenges

ROTTERDAM, HOLLAND

Internationell konferens, industri- respektive studentdag.

För detaljer och fullständigt program:

<http://www.changingroles09.nl>

8–11 oktober 2009

Make/Think: AIGA Design Conference

MEMPHIS, USA

Memphis Cook Convention Center

Vad är det att designa idag? Vilket inflytande har designere?

Konferensen fokuserar och undersöker på vilket sätt designere fokuserar på att ta fram vackra saker samt att tänka problemstrategiskt och hur dessa två poler interagerar.

För detaljer och fullständigt program:

www.aiga.org

18–22 oktober 2009

IASDR 2009 : Rigor and Relevance

SEOUL, SYDKOREA

Teman bland andra: Designteori och designmetologi, designfilosofi och etiska värden, designundervisning, design management, hållbarhet, kultur, historia och samhälle inom designområdet, interaktion och nya media.

För detaljer och fullständigt program:

www.iasdr2009.org

13–16 oktober 2009

Designing pleasurable products and interfaces

COMPIEGNE, FRANKRIKE

För detaljer och fullständigt program:

<http://www.utc.fr/dppi09>

26–27 oktober 2009

International Workshop on Design & Semantics of Form & Movement

TAIPEI, TAIWAN

För detaljer och fullständigt program:

<http://desform2009.dt.ntust.edu.tw/>

27–30 oktober 2009

ACM Creativity & Cognition 2009

SAN FRANCISCO, USA

Berkeley Art Museum

För detaljer och fullständigt program:

<http://www.creativityandcognition09.org/>

18–19 november 2009

Art. Media. Designwriting Intersections

MELBOURNE, AUSTRALIEN

Swinburne University of Technology

För detaljer och fullständigt program:

<http://artmediadesign.synthasite.com/>

22 november 2009

Design Education Seminar 2009

"Design Education 2050"

ICSID (International Council of Societies of Industrial Design)

SINGAPORE

Polytechnic

För detaljer och fullständigt program:

<http://www.icsid.org/events/events/calendar97.htm>

24–26 november 2009

First Nordic Conference on Service Design and Service Innovation in Oslo

OSLO, NORGE

The Norwegian Design Council and the Oslo School of Architecture and Design

För detaljer och fullständigt program:

www.norskdigital.no/service/design09/call_for_papers

Dr Jekyll och Mr Hyde

ATT DESIGN MEST handlar om yta är det åtskilliga som tror. Om man bläddrar i inredningsbilagor, livsstilsmagasin och designtidskrifter är det lätt att få den fördomen bekräftad. Inte en bokstav om att bakom många produkter finns studier av mänskliga beteenden och av, i bästa fall, betydligt djupare behov. Eller att designkompetens och designmetodik, det vill säga att analysera och strukturera problem för att därefter konstruera nya lösningar, kräver både tid och tankemöda.

Just nu pågår Svenska FN-förbundets kampanj ”Röj en mina”. Bakgrunden är förfärlig, mer än 70 miljoner minor ligger begravda runt om i världen. Över 20 000 människor skadas eller dör varje år av detonerande minor. Ett par tusen minröjare hinner bara gå igenom tio–femton kvadratkilometer krigshärjat område per år. Pengar behövs för att få bort många fler, därav kampanjen och dess reklamfilm ”från den onda världen”. Citatet är hämtat från förbundets hemsida. Men filmen, som visades på reklamkanalerna i januari–februari är tveeggad. Designeryrket får sig en redig känga, det kritiserar för cynism och ytlighet. Samtidigt utnyttjar filmen ytans alla lockelser. Så här: I en supertjusig studio sitter supersnygge Alessandro Manzini. Han är designer. Och han sysslar med teknisk forskning. Han ler och visar upp en Spider, som han berättar är försedd med minidator och GPS. Samt stoltheten, den aerodynamiska favoriten Butterfly, som kan ”rotera genom luften likt en fjäril”. Om någon hittar den så ... boom, zack!

”Vad händer om ett barn plockar upp den?” frågar då speakerrösten. Manzini svarar: ”Men jag är ju bara designer. Jag designar.”

Ett foto på skrivbordet zoomas in. På rad ser vi lyckliga familjen: fru, barn och så Manzini själv.

Okej jag fattar. Fast det tar ett tag. Det är minor han visar upp. Det är han som är skurken i dramat. Designern som syndabock.

Filmerna är beställd från Stink i London av reklambyrån Ogilvy och skickligt regisserad av Ivan Zacharias, som jobbat för en rad stora kommersiella företag. I en annan, bortvald version löd slutrepliken ungefär: ”Men jag är ju

bara designer. Jag har en familj att försörja.”

Enligt Jonas Nyström, kampanjansvarig på Svenska FN-förbundet, vill man hitta nya sätt att medvetandegöra för att få människor att öppna plånboken – alltså inte bara genom att visa krigsdrabbade barn. Bakom alla minolyckor finns ju en vapenindustri. Män och kvinnor med vita manschetter: tekniker, företagsledare, fabriksarbetare, aktieägare. Du eller jag? Även om denne Manzini är fejk och Butterfly en prototyp, så finns Spider i verkligheten. I filmen står en riktig mina på skrivbordet. Det är någon som forskat fram och designat den. Designer formger inte bara livsuppehållande pacemakers eller funktionella hjälpmedel för rörelsehindrade utan också klustervapen.

FILMEN OM Manzini pekar på allas ansvar men kittlar samtidigt den estetiska nerv som får oss att glömma världens ondska och vår medskyldighet, den spelar på vår längtan efter att låta oss förföras av den glänsande ytan. Studion där den spelade designern sitter, det stora glasfönstret och det vita ljuset associerar direkt till någon Hammarby Sjöstads-miljö. Allt är perfekt. Så klart att ingen av oss vill förlora drömmen om ett vackert liv.

All grafisk design, särskilt reklamområdet, handlar om kommunikation, om att nå fram med ett budskap. Än så länge har dock den pågående ”Röj en mina”-kampanjen inte resulterat i särskilt mycket pengar jämfört med andra kampanjer av samma slag. Förmodligen skapade filmen mer förvirring än klarhet. Finns han på riktigt, Alessandro Manzini? Det är möjligt att någon formgivare börjat fundera kring vilka eventuella konsekvenser det egna agerandet har i ett större perspektiv. Eller om det bor både en Dr Jekyll och en Mr Hyde i var och en av oss. Kampanjfilmen förbättrade definitivt inte designens rykte i alla fall.

”Mer design” hette det för några år sedan. Det var designårets slogan under år 2005. Det raljerades en del kring den då. Vadå ”mer”? Jag tyckte inte att den var så dum. Mer bra design skulle i alla fall kunna förändra och förbättra mycket i samhället. Fast det finns så klart vissa förbehåll.

LOTTA JONSON



Ur Svenska FN-förbundets reklamfilm: Designern visar upp sin favorit, Butterfly, som försörjer honom och hela den lyckliga familjen.



SVID, Stiftelsen Svensk Industridesign
Sveavägen 34, 111 34 Stockholm
www.svid.se