

DESIGN RESEARCH

#1.10

DESIGN RESEARCH JOURNAL GES UT AV SVID, STIFTELSEN SVENSK INDUSTRIDESIGN



Interaktivt

Svenska eller engelska?

TJÄNSTEDESIGN



INNEHÅLL

Spiralformad process framåt	4
I gränslandet mellan interaktionsdesign, interaktiv konst och tjänstedesign.	
Vingklippta i språkfällan	10
Majoriteten av alla svenska avhandlingar skrivs på engelska. Ska det vara så?	
Svenska eller engelska – det är frågan	13
Fem forskare och doktorander om vilket språk de föredrar.	
Möjliggöraren	16
Designhögskolan i Umeå har fått en ny rektor – Anna Valtonen.	
Design management i fokus/Svårt men möjligt att lösa	19
Rapport från två designkonferenser.	
Tjänstedesign/Service Design	24
Introduktion av Stefan Holmlid/ <i>Introduction by Stefan Holmlid</i>	
SERVICE DESIGN RESEARCH PIONEERS	26
Elena Pacenti & Daniela Sangiori	
SOMEONE ELSE'S SHOES	34
Kirsikka Vaajakallio, Vilma Lehtinen, Peter Kaario, Tuuli Mattelmäki, Kai Kuikkaniemi & Vesa Kantola	
SERVICE DESIGN LEADERSHIP	42
Judith Gloppen	
VISUAL TOOLS TO DESIGN	49
Chiara Diana, Elena Pacenti & Roberta Tassi	
Böcker	56
Notiser	60
Konferenser	61
Krönika	63
Forskaren som fackelbärare – apropå en diskussion om klyftor.	

Tema: Tjänster och språk

Detta nummer har tjänstedesign som tema för forskningsdelen och *Stefan Holmlid*, forskare vid Linköpings universitet som gästredaktör. Avsikten är att vartannat nummer av Design Research Journal ska ha ett tema och en gästredaktör. Förslag på teman är välkomna. Tjänstedesign är ett väletablerat forskningsområde inom marknadsföring och management, men är numera också i fokus för designforskare. Området är centralt för designern, inte minst industri- och interaktionsdesigner. Produkten är del av ett system och sällan oberoende objekt. Tjänstedesign i sig är inte nytt för designern, men det som nu händer är att olika designområden interagerar, uppdragens karaktär förändras och likaså disciplingränserna. Detta uppmärksammas också i olika designutbildningar. Kommer det kanske till och med att utvecklas en speciell utbildning för tjänstedesign även i Sverige?

Ett annat tema i detta nummer är kommunikation och språk, vilket har en viss koppling till tjänstedesign. Att göra en tjänst tillgänglig kräver ett språk som alla förstår. Kraven på forskning är desamma. För att sprida forskningsresultat måste de kunna kommuniceras och förstås. För 150 år sedan hade alla akademiker i västvärlden latin som gemensamt språk. Nationalismens intåg och i viss mån demokratiseringen ledde till att latinet övergavs och istället började det egna språket användas i avhandlingar. Nu har engelskan blivit det internationella språk som dominerar forskarvärlden. Inte för att engelskan är bäst för alla ämnen. Tyskan är överlägsen när det gäller att beskriva tekniska konstruktioner menar en professor i maskinkonstruktion som jag talade med häromdagen. Tyskan tillgodoser kraven på precision på ett sätt som inte engelskan gör. Inom managementområdet har engelska ord blivit så etablerade att de inte ens översätts, och det gäller också ett ord som design.

Översättning är ett problem. *Theodor Kallifatides* skrev i en artikel i DN för många år sedan om dilemmat att översätta romaner från ett språk till ett annat. Det gick inte att rakt av översätta ens de egna romanerna från svenska till grekiska, som är hans modersmål. Det blev en annan historia. Forskningstexter kan inte jämföras med romaner. De har inte de kulturella aspekter som är svåra översätta men vissa termer går inte att översätta. Likväl är kravet på precision och god språklig kvalitet hög. Därför är professionella översättare en viktig resurs. Att det är ett problem att skriva på ett annat språk än modersmålet visar detta nummer. Men i den internationella värld som forskare och universitet befinner sig i är det oundvikligt. Vi måste skriva på engelska därför att vi verkar i en värld med global konkurrens och utbyte. Men vi borde ha större resurser för att kunna anlita översättare och därigenom öka kvaliteten. Detta borde de institutioner som ger anslag uppmärksamma mycket tydligare och även planeras av dem som söker. Oftast räcker inte anslagen. Det gäller även en tidskrift som den här. Ska Design Research Journal bli en meriterande kanal för designforskning och möjliggöra internationellt utbyte krävs det att vi publicerar den på engelska. Ska Design Research Journal bidra till att sprida forskningsresultat i Sverige är en svensk version att föredra, det ökar tillgängligheten. Med mer pengar hade vi givetvis kunnat göra både och. Synpunkter från läsare är välkomna – ska vi publicera på engelska, svenska eller blanda som nu?



Lisbeth Svengren Holm

Lisbeth Svengren Holm

Spiralformad process framåt

Varje dag använder miljontals människor interaktiva designtjänster och system. Vid bankomaten, när vi bokar biljetter, spelar dataspel eller knappar på mobilen. Ändå har många av oss fortfarande ganska vaga idéer om vad interaktionsdesign är. Design Research Journal har gått på utställning i London samt talat med två som vet mer: Stefan Holmlid, lektor i interaktions- och tjänstedesign och Snövit Hedstierna, konstnär och lärare i interaktiv design.



När man säger interaktionsdesign menar man oftast digital sådan. Det kan vara en produkt (bankomaten, mobilen), en tjänst (on-line banken), media (Dagens Nyheter i mobilen), ett system (biljettbokning på stationen), ett nöje (dataspel), ett verktyg (Word) med mera. På ett eller annat sätt ska de betjäna oss och få oss att agera på något sätt.

Att designa dessa tjänster är att formge ett skeende som kan liknas vid en spiralformad process framåt. Det är alltså inte upplevelsen som designas utan förutsättningarna för den. Vi ska utnyttja möjligheterna behöver då vissa verktyg: oftast internet plus en interaktionsyta, ett gränssnitt, det vill säga en digital skärm – en dator, mobiltelefon eller dylikt.

För att bena ut begreppen ytterligare kan man dela upp interaktionsdesignen på tre nivåer. Den första, mest handfasta, gäller sådant som tryck-

känsla och ergonomi. Det kan handla om hur tangentbordets knappar känns eller fungerar och är något som industridesigner redan sysslat med under många år. Den minst konkreta nivån berör övergripande tekniska system; satelliter och framtida internet.

GLOBALA FÖRBINDELSER

Interaktionsdesignerns huvuduppgift nu och framöver handlar framför allt om den andra nivån, den om globala förbindelser mellan människor eller mellan människor och ting; om samspel, svar och gensvar. Men också inom denna sektor finns flera olika angreppspunkter. Att tänka ut system som möjliggör en interaktion är ett designområde, att grafiskt och estetiskt utforma de olika delarna rent praktiskt för att göra det visuellt möjligt att hantera systemen är ett annat.

Stefan Holmlid, forskare i interaktions- och tjänstedesign på Linkö-

pings universitet, har ännu ett sätt att beskriva förhållandet mellan olika designområden:

– Tänk dig en lök, längst in finns den grafiska designen, därefter produkten. Utanpå dessa löklager formar sig interaktionen, det vill säga IT, hur du svarar i telefon, hur du blir bemött över bankdisken och så vidare. I nästa omslutande lager finns den strategiska designen; hur ramarna sätts för en organisations närvaro på en marknad, vilket förhållningssätt till designorganisationen ska ha och så vidare.

Snövit Hedstierna är AD, konstnär och lärare i interaktionsdesign. I slutet av februari öppnade hon ett galleri i Stockholm för interaktiva verk inom ljud, design, video, performance och uttryck i det offentliga rummet: Pony Sugar Art Studio. Hon är intresserad av interaktionsdesignens visuella uttryck.

– Interaktionsdesign ska vara

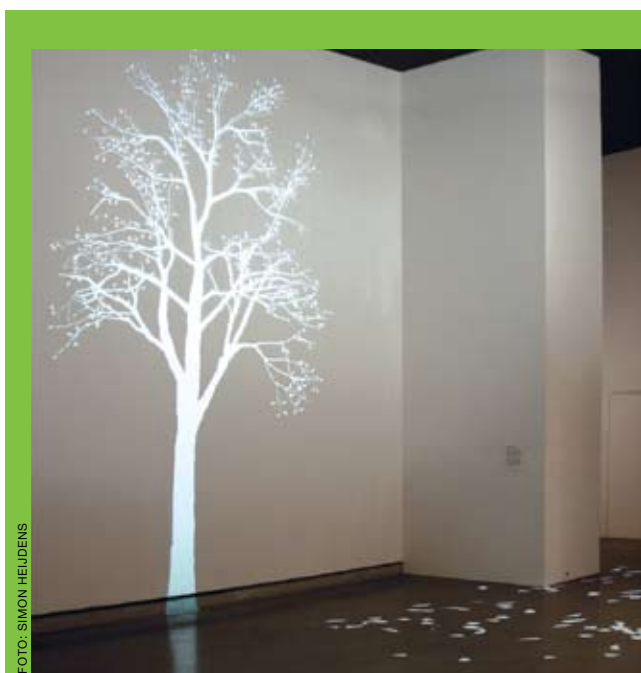


FOTO: SIMON HELIDENS

Fantasieggande interaktiv konst

Siluetten av ett träd lyste upp den vita väggen. Det virvlade till, grenverket ruskades om och ett par stilliserade löv singlarade ner mot golvet. Den snåla januarivinden utanför kändes inte men syntes i "Tree", ett bland knappt fyrtio digitala konstverk och interaktiv design som visades i Decode: Digital Design Sensations på Victoria & Albert Museum i London under årets tre första månader. Ett annat, "Exquisite Clock", förändrades hela tiden. Besökarna uppmanades att se sig omkring efter allt som liknade siffror, fotografiera och ladda upp. I "Body Paint" målade du med din egen kropp och maskrosbollen "Dandelion" (se motstående sida) kunde du blåsa ren med en hårtork. Ögat i "Opto-Isolator II" (se sidan 6) följde betraktarens blick och blinkade nästan samtidigt, vilket kändes besvärande men fick de flesta att stanna upp och pröva igen. Eller "Flight Patterns" (se sidan 8) som visade flygtrafiken över den nordamerikanska kontinenten, vacker med politisk potential i tider då miljöfrågan engagerar många.

pedagogisk, attraktiv och funktionell. Den ska alltid vara direkt användbar och locka till handling. För att skapa bra interaktivitet krävs att interaktionsdesignern är skolad i klassisk designpedagogik, beteendevetenskap och psykologi samt har en stor fantasivärld att ösa ur dessutom. Han eller hon måste vara både manusförfattare och dramaturg, kunna göra användaren till skådespelare. Bara en renässansmänniska förstår sig på mediet.

KOMPLEXA AKTÖRSKARTOR

Stefan Holmlid håller med om att det krävs mycket av en digital interaktionsdesigner. Den som ska skapa en interaktiv tjänst kan inte längre tänka i målgrupper som reklambranschen gjort under lång tid. Inom tjänstedesignen handlar det till exempel om mycket mer komplexa aktörskartor med många olika behov och förutsättningar.

– En interaktiv lösning har alltid



Daniel Rozins "Wooden mirror" formgavs redan 1999. Här utställd på Israel Museum Jerusalem. Gjord av 830 fyrkantiga träbitar, 830 servostyrda motorer, elektronisk kontroll, viedokamera, dator samt träram.

estetiska, praktiska, sociala, etiska, systemiska och tekniska kvaliteter. Den ska underlätta kommunikation och handling. Då krävs det att den baseras på strategiskt förankrade idéer

och utgår just från deltagande och samskapande. Samskapande interaktionsdesign kan vara en kraft för förändring och för att åstadkomma ett mer inkluderande samhälle, menar Stefan Holmlid.

Ännu har vi inte sett så mycket av avancerad interaktionsdesign med sociala ambitioner, trots att tekniken finns.

BRA OCH DÅLIGA LÖSNINGAR

Liksom inom alla områden stöter man på både bra och dåliga interaktiva lösningar. Integrerad GPS i en ny bil är kanske ett bra försäljningsargument men egentligen ett exempel på rätt dåligt tänkt interaktionsdesign, enligt Stefan Holmlid. Efter ett år känns bilen fortfarande ny, men GPS:en riskerar att vara gammal med felaktigt innehåll; plugins är inte lätta att uppdatera och så vidare. Däremot är Bank of Americas Round Up-system (designat av IDEO) ett bra exempel.



"Opto-Isolator II" av Golan Levin.

Explosionsartad utveckling

På 1960-talet fanns det kanske tio konstnärer som kallade sig "computer artists". På senare år har tusentals trätt fram i och med utvecklingen av programmeringsspråk som flash och processing, vilka möjliggör nya interaktiva lösningar. För digitalkonstnärer och interaktionsdesigner är nätet både materialbank och en plattform att visa upp sig på.

Det digitala "byggstenarna" liknas vid keramikens lera; genom den digitala koden går det att skulptera vad som helst på en yta. På Decode-utställningens hemsida fanns en

länk till ett specialgjort verk av den tyske konstnären Karsten Schmidt, "Recode" (se motstående sida). Vem som helst kunde ladda ner den kod han använt och fortsätta "måla". Interaktivitet, nätverkande och öppna koder var några ledord för Decode, som även om den stängt i London finns kvar på många sajter. Se motstående sida! Intressant material ligger även på en av arrangörernas hemsida: onedotzero.com. I Gary Svenssons avhandling "Digitala pionjärer" finns mer att läsa om den historiska utvecklingen.

Det baseras på att kunder som betalar med kreditkort väljer att avrunda en summa i en affär uppåt.

– Mellanskillnaden sätts in på ett sparkonto. Idén har gjort det möjligt att spara för en stor grupp människor, som tidigare inte tyckt de haft råd. Interaktionen sker här i ett meningsfullt sammanhang medan det tekniska finliret är dolt bakom sådant personerna redan gör. Som tjänstedesign är det briljant.

Bra interaktions- och tjänstedesign utgår från användaren och kunden i den situation han/hon befinner sig i både estetiskt och praktiskt, förklarar Homlid. Den kan ibland vara till stora delar omärkbar, men leder lika ofta till lättnad, uppskattning och mellanåt till förnöjd förvåning över designen i sig.

– Och ibland till ett lyckligt skratt. Alltför ofta ser man design som i stället låser användaren inom ramen för skärmens, musens och tangentbordets möjligheter. Han eller hon förväntas anpassa sig efter de inte alltid förutsäg-

bara virtuella regler som satts upp av den eller de maskiner eller automater som skapar den avgränsade värld inom vilken interaktiviteten tänks äga rum.

Så nämner Stefan Holmlid ytterligare två goda exempel: ett från konstens och ett från dataspelens värld. *Daniel Rozins* "Wooden mirror" formgavs redan 1999, men är fortfarande fantastisk, menar han.

– Sen Nintendogs, ett Nintendo DS-spel, där spelaren bland annat använder bägge händerna för att styra en såpbubbelring i en lek med hundar som man har hand om. Det enda sätt som finns kvar för att få till såpbubblorna är genom att blåsa. Klart att det fungerar!

TJÄNSTEDESIGN EGEN DISCIPLIN

Självklart har tjänster "designats" så länge som de någonsin förekommit – men inte av interaktionsdesigner. Först i början av 2000-talet i samband med den stora utvecklingen av internet blev tjänstedesignen en egen disciplin. Så

också forskningen kring den.

Enligt Holmlid vet vi rätt mycket om hur man bäst formger produkter och faktiskt också it-system medan kunskaperna är rätt små kring hur man bäst designar tjänster. Forskningen om tjänstedesign berör gestaltningsmetoder och frågeställningar kring hur man får fram relevanta svar som sedan leder fram till adekvata nya frågor och så vidare, likt den där spiralrörelsen vi talade om i början.

– För att bli en bra tjänstedesigner gäller det att involvera folk och förstå skeenden som styrs av en rad olika aktörer. Forskningen kan hjälpa designern att se vilka olika mönster en tjänsteinteraktion kan tänkas följa. Ju fler misstag designern lär sig undvika i innovations- och utvecklingsprocessen, desto större möjlighet att slutresultatet blir bra, menar Stefan Holmlid.

Alla institutioner, organisationer eller företag är inte mogna för en utvecklad interaktions- och tjänste-

Decode på V&A i London

Decode-utställningen var indelad i tre sektioner. Exempel på utföranden enligt de tre sektionerna finns på en rad webbplatser. KODNING: reas.com, danielbrowns.com, maedastudio.com, zoofilm.net, academyfilms.com, aaronkoblin.com, flight404.com, postspectacular.com, toxi.co.uk, universaleverything.com, unlekker.net, troika.uk.com, liaworks.com, ryojiikeda.com.

INTERAKTIVITET: smoothware.com/danny, wowlab.net, everyware.kr, flong.com, msavisuals.com, memo.tv, rossphillips.me, showstudio.com, yoke.dk, sennep.com, fabrica.it, simonheijdens.com, random-international.com, chrisoshea.org, pixelsumo.com, studioroosegaard.net, random-international.com, jasonbruges.com.

NÄTVERKANDE: sphericalrobots.org, wefeelfine.org, number27.org, kamar.org, aaronkoblin.com, Exquisite Clock, fabrica.it, stat.ucla.edu/~cocteau, earstudio.com, The Science Museum, stanza.co.uk, pohflepp.com, postspectacular.com, toxi.co.uk, lozano-hemmer.com.



Digital design, specialgjord för V & A: "Recode" (2009) av Karsten Schmidt.



"Flight Patterns" av Aaron Koblin.

design eller dito teknik ännu. Så länge företagen inte anar någon omedelbar utdelning går utvecklingen trögt, inte minst i kristider. En aning förvånande kan man tycka, med tanke på att 70 procent av västvärldens ekonomiska

utveckling redan nu, enligt OECD, drivs av tjänster och service.

Inte heller verkar någon riktigt räkna med den stora potentiella makt över kommunikationsflödet som interaktionsdesignen skulle kunna ha.

Snövit Hedstierna ser möjligheterna men också riskerna. Interaktionsdesignen kan skapa en segregering mellan människor som använder datorn i sitt dagliga arbete och de som inte gör det. Därför är det viktigt att interaktionsdesignen tar sig ut i det offentliga rummet, menar hon. Att den inte bara stannar på datorns bildskärm eller i avancerade mobiler som bara de allra mest teknikvänliga skaffar. Den teknik som redan finns borde utnyttjas och bli en hjälpare hand för människor i vardagen. Inom till exempel trafik- och servicenäringen skulle interaktiva skärmar på byggnader och väggytor kunna vägleda och öka gemenskapen mellan människor.

Inom all annan designverksamhet är det människan och hennes behov som ska stå i första rummet. Det samma gäller naturligtvis också för interaktions- och tjänstedesignen.

Lotta Jonson

Grafiska trender

Enligt Snövit Hedstierna, som skriver på en bok med arbetsnamnet "Estetiken inom interaktiva medier" har estetiken varit laglös inom den interaktionsdesignen ända fram till nu. Tidigare präglade tekniken alla websidor utformning. Webbdesigner var ju från början programmerare. Fokus har dock förflyttats till förmån för form, färg och känslouttryck. Utvecklingen har gått från det enbart funktionsinriktade via en rak dramatisering av innehållet till det episkt lyriska. Det gäller inte minst för många kommersiella sajter. Dataspelvärlden påverkar förstås interaktionsdesignen på nätet. Episkt berättande inslag med stor dramatik är vanligt förekommande. Ett exempel är Radiotjänsts "tackfilm" som spreds i miljonupplaga för något halvår sedan, ritkad till den licensbetalande vanliga människan. Formmässigt kan man just nu urskilja åtminstone fyra olika grafiska trender inom interaktionsdesignen (enligt Snövit Hedstiernas beteckningar):

1. DIGITAL STIL kan vara 2D eller 3D men man ser tydligt att designen är datorgjord.
2. RETRODIGITAL STIL, inspirerad av de allra tidigaste digitala bilderna, till exempel Nintendo eller Game boy, med pixlade bilder, grälla färger och enkel musik.
3. POSTDIGITAL STIL, en reaktion på den digitala världen. Handtecknade bilder scannas in, ett skrynkligt papper får ligga som bakgrund till exempel. Här handlar det om att återerövra det naturliga.
4. NEODIGITAL STIL poängterar teknikens närvaro. Här blandas scenografiska effekter från teatervärlden utan strävan efter perfekt illusion. Här gäller det snarast att ta den digitala världen i besittning.



1. Postdigital stil handlar om att återerövra det naturliga: loworks-store.org.



2. Neodigital stil poängterar teknikens närvaro, det gäller snarast att ta den digitala världen i besittning: 10mg.nl.



3. Retrodigital stil inspirerad av de allra tidigaste digitala bilderna, till exempel Nintendo eller Game boy, med pixlade bilder, grälla färger och enkel musik: pocketclouds.com/oldsite.



4. Digital stil, man ser att designen är datorgjord, det kan vara 2D eller 3D men är ändå tydligt maskingjord: unlimited.orange.co.uk.



5. En trend är det episka berättandet där användarens identifikation ska underlätta navigation på sajten. Se exempelvis <http://rakugaki.iekaki.jp>.



6. Klar och tydligt dramatik ofta med skruvad humor ska också engagera användaren och leda fram till ett interaktivt agerande. Ett exempel som många sett fanns på Radiotjänsts reklam för en tid sedan: tackfilm.se.

Vingklippta i språkfällan

Bara 13 procent av alla avhandlingar vid svenska universitet är skrivna på svenska. Tre fjärdedelar av dem har inte ens en svensk sammanfattning. Samtidigt säger språklagen som klubades igenom för snart ett år sedan att det "allmänna har ett särskilt ansvar för att svenskan används och utvecklas". Hör inte universiteten till det allmänna?

Enligt en rapport från Språkrådet som lämnades över till regeringen i månads-skiftet februari–mars skrivs 95 procent av avhandlingar inom det naturvetenskapliga området på engelska, 65 procent av samhällsvetarnas och 35 procent av humanisternas.

Den exakta relationen mellan engelska och svenska vad gäller avhandlingarna inom designforskningsområdet nämns inte, men går man till Designfakultetens webbplats och doktorandernas egna presentationer är ungefär hälften av dem på engelska.

Är det fånigt att bli upprörd?

Forskningen riktar sig ju ut i världen, är tänkt för en internationell arena och ska läsas av fler än det fåtal intresserade plaskande i den svenskspråkiga ankdammen.

Men Språkrådet rapporterar också att långtifrån alla av de avhandlingar som skrivs på engelska ens en gång har en svensk sammanfattning. Omkring 40 procent av de inom medicin och naturvetenskap innehåller en sådan medan bara 10 procent av de engelskspråkiga samhällsvetenskapliga och ekonomiska avhandlingarna har en sammanfattning på svenska. I två fall av tre har forskarna svårt att hitta uttryck på svenska för de eventuella nya begrepp, definitioner och orsakssamband som ingår i texterna.

Dags att bli riktig orolig, risken

är ju uppenbar att svenskan dör som vetenskapligt språk. Och ännu värre, vi tycks vara benägna att ge upp inte bara det vetenskapliga språket utan också delar av ett teoretiskt resonerande. Genom att oreflekterat gå rakt in i språkfällan vingklipper vi oss själva.

VOLVO-ENGELSKA

Ni känner säkert igen situationen: Någon prominent engelskspråkig person har bjudits in till en konferens, ett seminarium eller dylikt. Istället för att simultantolka svenskan så att gästen förstår ska alla tala engelska av ren artighet. Vi förstår det mesta av vad gästen säger men svarar med förtylligade resonemang och stolpiga svengelska diskussionsinlägg.

Sara Backlund, informationsansvarig på Interactive Institute, kallar språket Volvo-engelska och menar att det är "både roande och irriterande". Mest förnedrande, tycker jag.

Interaktiva institutet, förlåt Interactive Institute, (som driver en hel del forskning inom designområdet) hör för övrigt till de institutioner som borde kunna fällas enligt Språklagen.

Institutet som finansieras svenska staten har nämligen en hemsida som bara finns på engelska. Sara Backlund, som gärna skulle se att den var dubbel-språkig, förklarar det hela med att man vänder sig till en engelskspråkig

målgrupp. Alla forskningsprojekt använder engelska i sin kommunikation. Och det finns varken administrativa eller ekonomiska resurser att översätta till svenska. Tvärtom har varje anställd access till sajten och uppdaterar den med egna ord. Resultatet blir därför en engelska som långtifrån alltid är perfekt dessutom.

BRA PÅ ENGELSKA?

I Sverige tror vi att vi är bra på engelska. Det stämmer också – till viss grad. Vi uttalar orden ungefär som vi ska, vi hänger ofta med utan att behöva läsa textremsorna på bio, vi får beröm när vi åker till London och träffar folk på puben. Men sen när seminariesamtalet koncentreras kring ett filosofiskt problem då tvingas de flesta hålla tyst eller i alla fall bromsa upp så att kunskapsluckorna inte märks. Diskussionen blir onödigt grund och uppfattningen om att svenskar är okunniga och ytliga riskerar att växa.

På senare tid har många intressanta fakta kommit fram just när det gäller språkförståelse och modersmålets betydelse. Allt fler gymnasieskolor erbjuder ämnesundervisning på engelska. *Maria Lim Falk* redovisar i sin avhandling studier kring den så kallade SPRINT-metoden (språk- och ämnesintegrerad undervisning), bland annat jämfördes kunskaper hos två gymnasieklasser.

ILLUSTRATION: LOTTA JONSON

"Aj lawv maj kar"



Engelska eller svenska? Svårt att välja? Inte om du vill vinna röster!



Inte helt hopplöst i alla fall!



Utdrag från www.regeringen.se
E-post till departementen:
Statsrådsberedningen
primeminister.ministry.se
Arbetsmarknadsdepartementet
employment.ministry.se

EXEMPEL
E-post till Sven Svensson på
Justitiedepartementet =
sven.svensson@justice.ministry.se

Den ena klassen hade fått undervisning på engelska, den andra på svenska. Det visade sig att de elever som läst fackämnen på engelska hade både sämre och vagare kunskaper i ämnet än de som läst det på svenska. Det krävs nämligen mycket större kunskaper i ett främmande språk än man tror för att kunna tillgodogöra sig teoretiska resonemang fullt ut.

MERARBETE

Ett annat exempel är från avhandlingen "Science, Language, and Literacy:

Case Studies of Learning in Swedish University Physics" av *John Airey*. Han disputerade vid Uppsala universitet för ungefär ett år sedan. I sin forskning hade han tittat på hur svenska och engelska används i undervisningen av högskolefysik.

Resultaten visade bland annat att studenterna var omedvetna om att de agerade olika när undervisningsspråket var engelska respektive svenska. Först när de fick se videoinspelningar blev de medvetna om den saken. Inom fysikämnet utgör inte engelskan något

direkt hinder för inläringen men däremot fick studenterna en del merarbete efteråt eftersom de hade haft svårt att både koncentrera sig på det som sades och anteckna samtidigt. Dessutom blev interaktionen mellan lärare och studenter mindre och färre frågor ställdes.

SIMULTANTOLKNING

Ytterligare en intressant observation presenterades i P1-programmet Språket efter hösten 2009, det halvår när Sverige var EU-ordförandeland: I EU-sammanhang är svenska politiker

mest ovilliga av alla politiker i hela Europa att hålla sina anföranden på det egna modersmålet.

Varför? Kanske därför att de tror att de behärskar engelskan så bra. Och detta trots att det har visat sig att hur språkbegåvad man än är så blir man aldrig lika värtalig och slagkraftig på ett annat språk som på sitt modersmål. Argumenten biter betydligt bättre om de simultantolkas än om de läggs fram på svengelska.

Tillbaka till universitetet. Borde inte varje handledare kunna tvinga sina doktorander att göra en uttömmande sammanfattning på svenska? Språkfrågan är ju en demokratifråga. Språklagens intentioner handlar om att ge alla medborgare möjlighet att kommunicera med myndigheter och institutioner. På samma sätt borde alla ha en chans att ta del av forskningsresultat som bekostats av skattepengar.

VISSA POSITIVA TECKEN

Så *Olle Josephson*, professor i nordiska språk vid Stockholms universitet och tidigare ordförande i Språkrådet, varför har det blivit så här? Vilka möjligheter har svenskan i forsknings-sammanhang framöver?

– Den naturvetenskapliga forskningen är internationaliserad och utmärker sig för att framför allt rapportera resultat. En molekyl är en molekyl oavsett på vilket språk den presenteras. Inom humaniora och samhällsforskning ingår däremot kulturyttringar – och sättet att språkligt uttrycka dessa – ofta som en del av forskningsresultatet. Då blir rapporteringen också mer komplicerat.

– Eftersom de övergripande målen inom forskningspolitiken styrs av den naturvetenskapliga forskningen så har frågorna kring svenskans betydelse och dess behov av ett utvecklat forsknings-språk kommit i skymundan.

– Men det händer en hel positivt faktiskt. Språklagen är en sak. Dessutom har vissa universitet infört språkregler. KTH har till exempel en policy som inte är så tokig. Och vissa delar av Lunds universitet har bestämt sig för att kräva att alla avhandlingar åtminstone ska ha en svensk sammanfattning, berättar Olle Josephson.

DUBBELSPRÅKIGHET

Det är kanske viktigt att påpeka att språkfrågan inte handlar om att ta ett steg tillbaka och återgå till enbart svenska. Vad som behövs är en dubbel redovisning; engelska för de internationella kontakterna, svenska för en mer genuin förståelse på ett djupare plan hos alla oss som har svenska som modersmål.

Olle Josephson tycker att det borde finnas bestämmelser i Höskoleförordningen om svenskans ställning i forskningssamhället. Likaså skulle Vetenskapsrådet och andra organ som skjuter till pengar åt forskning kräva att resultaten redovisades också på svenska som förutsättning för anslagen.

Språklagen då, vilken kraft har den?

– Den räcker faktiskt ganska långt. Jag JO-anmälde Regeringskansliet för att de hade e-postadresser bara på engelska. Nu ska de ändra på den saken. Ingen myndighet kan vägra att rätta sig efter JO-anmärkningar hur länge som helst. Dessutom visar också Höskoleverket ett begynnande intresse för att stärka svenskans ställning inom universitetsvärlden. En gnutta hopp finns alltså, avslutar Olle Josephson.

Lotta Jonson

Ur språklagen

Lagens innehåll och syfte

2 § Syftet med lagen är att ange svenskans och andra språks ställning och användning i det svenska samhället. Lagen syftar också till att värna svenskan och den språkliga mångfalden i Sverige samt den enskildes tillgång till språk.

Svenska språket

4 § Svenska är huvudspråk i Sverige.
5 § Som huvudspråk är svenskan samhällets gemensamma språk, som alla som är bosatta i Sverige ska ha tillgång till och som ska kunna användas inom alla samhälls-områden.

6 § Det allmänna har ett särskilt ansvar för att svenskan används och utvecklas.

Språkanvändningen i offentlig verksamhet

10 § Språket i domstolar, förvaltningsmyndigheter och andra organ som fullgör uppgifter i offentlig verksamhet är svenska.

11 § Språket i offentlig verksamhet ska vara värdat, enkelt och begripligt.

12 § Myndigheter har ett särskilt ansvar för att svensk terminologi inom deras olika fackområden finns tillgänglig, används och utvecklas.

Svenskan i internationella sammanhang

13 § Svenska är Sveriges officiella språk i internationella sammanhang. Svenskans ställning som officiellt språk i Europeiska unionen ska värnas.

Lagen trädde i kraft den 1 juli 2009.

Svenska eller engelska – det är frågan ...

Svenskan är satt på undantag i forskarvärlden, särskilt inom de naturvetenskapliga disciplinerna. Men också inom designområdet skrivs många avhandlingar på engelska. På lite längre sikt finns risken att svenskan dör som vetenskapligt språk. Vad betyder modersmålet för dig? Vilket språk skriver du helst på och varför? Frågorna gick till fem personer som alla publicerar sig regelbundet, nyligen har eller ska redovisa sina forskningsresultat för en vidare bedömning.

Kajsa G Eriksson

Modedesigner, konstnär och PhD (som hon uttalar på svenska) i design, nyligen disputerad med avhandlingen "Concrete Fashion: Dress, Art, and Engagement in Public Space" vid HDK.

Vilket språk skriver du helst på?

– Valet har med situationen att göra. Min avhandling skrev jag på engelska för att nå mina gelikar i ett smalt ämnesområde. Jag har också valt att skriva på amerikansk engelska, dels för att jag hade en bra amerikansk språkgranskare som var insatt i mitt ämnesområde, dels för att det som svensk kan vara lättare eftersom vi är så amerikaniserade. Ofta är det lättare att skriva på engelska eftersom vokabulären i litteraturen jag läser är på engelska. Men ibland har jag varit tvungen att skriva på svenska för att reda ut mina tankar.

För- och nackdelar?

– Nackdelen skulle vara att de som inte har engelska som modersmål har svårt att förstå. Men jag har fått bra feedback från svenska läsare eftersom

jag skriver på ett lättillgängligt språk och månar om att uttrycka mig så begripligt som möjligt. Det finns i den akademiska världen, som för övrigt är mycket hierarkisk, ett sätt att både visa makt och utestänga med hjälp av ett överdrivet teoretiskt språk, oavsett om det är på svenska eller engelska. Själv har jag aldrig förstått vitsen med att vilja vara obegriplig genom ett alltför teoretiskt eller komplicerat språk. Men visst är språket styrande – om jag uttrycker mig mindre akademiskt är det kanske ingen som lyssnar!

Vem skriver du för?

– I första hand för praktiken, jag vet ganska väl vilka studenter och konstnärer jag vill nå. Men visst är både intro- och metodavsnitten riktade mot akademien liksom sista kapitlet om framtida forskningsfrågor.

Är engelska nödvändigt inom ditt forskningsområde?

– Förmodligen inte, varje avhandling har sitt eget sammanhang och man bör ta ett självständigt beslut utifrån det. Men det är viktigt att det finns stöd i form av språkgranskning för de



doktorander som väljer att skriva på engelska, eller något annat språk.

Anser du att det föreligger ett begriplighetsproblem?

– Ja, absolut! Och då inte bara rent språkligt utan på grund av designforskningsområdets snävhet, tradition och kultur. En kultur skapad av referenser, metoder och språk som efter hand blir statisk och instängd och som ingen direkt opponerar sig emot. Botemedlet vore att stöta, blöta och våga ha en mer öppen attityd mot skilda sätt att bedriva forskning.



Kersti Sandin Bülow
Inredningsarkitekt, doktorand
vid HDK och Designfakulteten,
forskar om "Arbetsplatsens
möten – spaciala mellanrum för
gränsöverskridande dialog".

Vilket språk skriver du helst på?

– Svenska eftersom jag inte behärskar engelska på det sätt jag anser att en akademisk text bör vara skriven på. Jag har tagit hjälp av översättare för några av mina engelska texter. De måste dock bearbetas noga av mig för att bli rätt till syfte och innehåll.

För- och nackdelar?

– Självklart är det viktigt att vi kommunicerar på engelska med forskarvärlden. Men all text behöver inte skrivas på engelska. Det räcker med abstracts och texter för konferenser och publikationer.

Vem skriver du för?

– De texter jag skriver nu är oftast riktade till akademien och min snäva forskningssfär. Men jag kan tänka mig att skriva en version av avhandlingen som vänder sig till praktiker framöver.

Är engelska nödvändigt inom ditt forskningsområde?

– Ja, för att läsa och kommunicera med

omvärlden. Den största delen av litteraturen är engelskspråkig. Jag läser mycket för närvarande.

Anser du att det föreligger ett begriplighetsproblem?

– Ja, dialog och texter av oss svenskar blir inte tillräckligt djupa när vi ska kommunicera på engelska – speciellt när vi bara är svenskar runt bordet. Det blir platt och hämmar dialogen. Riktigt djupa och intressanta samtal förs bäst på svenska inom till exempel filosofi. För egen del behöver jag hjälp med översättningar och språkgranskning.



Johan Redström
Seniorforskare och studieföre-
ståndare på Interactive Institute
samt adjungerad professor på
Textilhögskolan i Borås.

Vilket språk skriver du helst på?

– Oftast på engelska, det känns inte som att jag har något val. Ett av få undantag var när jag medverkade i "Under Ytan: en antologi om designforskning".

För- och nackdelar?

– På ett sätt är det intressant att skriva på svenska eftersom det ger helt andra språkliga möjligheter. Men det beror ju på vilka man vill tala med och dessa ta-

lar i många fall inte svenska. En nackdel är att den engelska som svenska forskare använder inte alltid är en perfekt sådan, många gånger skulle en språkgranskning hjälpa.

Vem skriver du för?

– Nästan allt är för akademien och då inte i en snäv mening utan alla som engagerar sig i forskningen. Och jag får hjälp med språkgranskning av mina engelskspråkiga kolleger!

Är engelska nödvändigt inom ditt forskningsområde?

– Ja. Som exempel har jag i min forskargrupp haft minst en engelskspråkig medlem och då talar vi naturligtvis engelska. När det gäller området designforskning kanske vi bara sett början på problemet med svårigheten att ta till sig vissa texter. Ofta blir det ju så att ju mer specialiserat och fördjupat ett forskningsfält blir, desto mer krävs av läsarens förkunskaper – och design är nog inget undantag.

Anser du att det föreligger ett begriplighetsproblem?

– Ja. Vissa saker är svårbegripliga men det behöver inte vara rent språkligt utan kan bero på terminologin. Så även om man översätter en text finns termer som kräver ett slags kringkunskap och det problemet kommer man inte undan.

Du hade själv med en text i första numret av Design Research Journal som du inte ville översätta...

– Det stämmer och anledningen var att den visade sig vara krävande att översätta. Ett alternativ hade varit att vi skrivit en ny text på svenska, men det hade vi inte tid till. Men vissa texter skulle må nog bra av både översättning till svenska och en tillhörande ordlista eller förklarande kommentarer, kanske i form av fotnotter.

Lars Strannegård

Ekonomiprofessor vid
Handelshögskolan
i Stockholm.

Vilket språk skriver du helst på?

– Får jag välja skriver jag helst på svenska eftersom det är mitt modersmål och det blir lättare med alla valörer. Dessvärre medger inte det akademiska systemet ett fritt val. Vill man bli publicerad i tidskrifter som räknas är det engelska som gäller.

För- och nackdelar?

– Svenska är lättare att skriva, går snabbare och ger en bättre text. En svensk text når dock inte ut och väger ofta inte lika tungt vid till exempel tjänsteställningar.

Vem skriver du för?

– För akademien och *the educated layperson*, den utbildade lekmannen. När jag skriver för olika vetenskapliga tidskrifter handlar det om att koppla till ämnets teoribildningar och på så sätt positionera sin text så att det vetenskapliga bidraget blir tydligt.

Är engelska nödvändigt inom ditt forskningsområde?

– Absolut.



Föreligger ett begriplighetsproblem?

– Definitivt. Det blir en helt annan skärpa i en svensk text, skriven av en svensk. Det blir rätt mycket ”blablabla” när man skriver på engelska och engelska texter skrämmer ibland bort svenska läsare. Många texter på ”engelska” skulle vinna på att bli språkgranskade av personer som verkligen behärskar både fackområdet och engelska. Dessvärre är dessa extremt få.

Henric Benesch

Arkitekt, fil dr, nyligen dispute-
rad i design vid HDK med
avhandlingen ”Kroppar under
träd – en miljö för konstnärlig
forskning”.

Vilket språk skriver du helst på?

– Det beror på materialet. Avhandlingen utgår ifrån mina egna erfarenheter av ett arbete med ett projekt och är skriven på svenska. Jag upplevde att jag kunde vara långt mer nyanserad och artikulerad än om jag hade skrivit på engelska.

För- och nackdelar?

– När jag skriver på svenska är det tydligt att folk i min närhet har lättare att ta till sig innehållet som då populariseras vilket ju är en fördel. Nackdelen är att det inte når ut över gränserna.

Vem skriver du för?

– I min avhandling har jag försökt nå en balans mellan att problematisera diskussionen gentemot både arkitekter och mina akademiska kollegor.

Är engelska nödvändigt inom ditt forskningsområde?

– Ja, med tanke på att säkert 80 procent av litteraturen är på engelska.

Finns ett begriplighetsproblem med



svenska forskningstexter på engelska?

– Ja, men å ena sidan måste det finnas ett fackspråk inom designforskningen, precis som det gör inom andra fält. Men i vilken mån förmår vi som svenskar skriva på rimligt välformulerad engelska och i vilken mån handlar vår engelska om ett slags svengelska? Det är förstås väldigt olika från fall till fall men jag tror överlag att det finns mycket att göra här. Å andra sidan finns ett krav på popularisering och då blir svenskan viktig. Här finns en motsättning mellan de krav som ställs på forskningen, via exempelvis finansieringen, vilket är problematiskt men också produktivt.

Är språk något som diskuteras?

– Absolut. Språket är inte bara ett problem hos forskare utan även hos praktikerna. Många är dåliga på att beskriva vad de gör i text, i presentationer och artiklar, vilket är problematiskt eftersom språket handlar om identitet. Språket är ett viktigt verktyg och jag tror inte det är någon slump att en av världens mest hyllade samtida arkitekter, Rem Koolhaas, är journalist i grunden. Det är många som har mycket att vinna på att ge sig in i språkfrågan!

Intervjuer: Susanne Helgeson

MÖJLIGGÖRAREN

Designhögskolans nya rektor Anna Valtonen satsar på designforskning. Hittills har projektforskningen dominerat men nu läggs mer krut på grunden. Användarfokus, kreativa processer och vår digitala verklighet är prioriterade områden.

– Att bli designforskare är en lysande idé. Fältet ligger helt öppet och dagens forskare kan verkligen skapa förutsättningar för framtida forskning om ämnen de brinner för. Och vad beträffar oss här i Umeå så är vi inte bara en av de bästa designutbildningarna i världen. På sikt ska vi också ha en designforskning i världsklass!

Orden är *Anna Valtonens*, ny rektor för Designhögskolan i Umeå. Sedan den 1 november 2009 basar hon för utbildningen vid den enda nordiska skola som ständigt finns med i Business Weeks årliga ranking av världens bästa designskolor. Långt ifrån en ny bekantskap för Umeå-studenterna eftersom hon varit en flitig gästlärare och bidragit till många projekt genom åren. På frågan om varför just hon fick jobbet svarar hon:

– Jag tror det var tack vare att jag alltid har haft ena benet i akademien och det andra i industrin. Jag har själv forskat och sitter bland annat i styrelsen för det relativt nya Aalto-universitetet – en sammanslagning av Konstindustriella högskolan, Tekniska högskolan och Handelshögskolan i Helsingfors. Dessutom har jag ett brett kontaktnät, berättar hon och ser sin främsta uppgift som rektor att möjliggöra för många att få vingar och lyfta. Och att tillsammans med studenter och övrig personal, peka ut en tydlig färdriktning.

JOBBAT PÅ NOKIA

Anna Valtonen, född 1974, är industri-designer och konstvetare. 2007 doktorerade hon – arbetet handlade om utveckling av industridesignprofessionen efter 1980-talet. Avhandlingsarbetet pågick parallellt med hennes arbete på Nokia, en totalt 13 år lång anställning hon fick som en följd av sitt examensarbete om konceptutveckling av tredje generationens mobilprodukter. Från och med 2008 basade hon över avdelningen Design Research & Foresight som arbetade med att ta fram underlag till strategier. Bland annat om olika preferenser hos presumtiva kunder/brukare – från kenyanska tonåringars till amerikanske pensionärs. För ett företag som Nokia gäller det att känna sina nuvarande och potentiella användare, de förstnämnda hela 40 procent av världens mobiltelefonanvändare!

– Det var en fantastisk utveckling under min tid på Nokia. När jag började var vi runt tio på designavdelningen, idag är de 350 vilket visar att det var teknologin som först styrde medan det idag är designen.

ÖKAD ATTRAKTIONSKRAFT

– Processen med att bygga upp Aalto-universitetet är oerhört givande och lärorikt. Vi vill bli ett absolut toppuniversitet som attraherar internationella höjdare, bjuder in unga forskare och lägger mer kraft på grundforskning.

Inför sammanslagningen skrevs den finska universitetslagen om vilket kortfattat innebär att Aalto-universitetet bekostas av staten men styrs inte av den. Och i arbetet på Designhögskolan kan jag handgripligen testa allt jag lärt mig, menar Anna Valtonen och berättar att stor vikt läggs på den tvärdisciplinära forskningen på Aalto-universitetet – styrkan är att högskolornas respektive gedigna sakkunskaper möjliggör en internationellt högklassig och mångsidig forskning.

Hon talar även om vikten av att utbildningen på Designhögskolan visar en tydlig vilja att ständigt utvecklas eftersom design är ett område stätt i konstant förändring.

– Det gäller att hålla ett öppet sinne för dessa förändringar samt ha en både liberal och tillåtande syn på området. Jag ser också att forskningen är viktig för vilket toppuniversitet som helst – ett sätt att marknadsföra sig och öka attraktionskraften, både inom akademien och utanför. Bland annat har Umeå universitet ökat investeringen för designforskning och vi har även fått mer medel från stiftelser och fonder. Hittills har projektforskningen dominerat på Designhögskolan men min tanke är att grundforskningen nu ska öka. Genom detta skapas helt ny kunskap både för studenterna och för hela professionen, anser hon.

Tre huvudområden ska fokuseras:



FOTO: LOTTI JONSON

Användarfokus, vad människan gör. Inom detta fält kan metodutveckling ske och de tvärvetenskapliga möjligheterna är goda för bland annat etnologer och psykologer. Det andra området är processer som ökar kreativiteten och det tredje, som ligger närmast praktiken – vår digitala verklighet.

– Nyligen utlystes fyra nya doktorandtjänster och under våren kommer ett antal till. Vi har även plats för postdocs och gästprofessorer, berättar Anna Valtonen som ser att Umeås attraktion ligger både i själva utbildningen och i det exotiska, i infrastrukturen och i den vänliga staden.

– Undervisningen är bra och ny-tänkande med lärare bland annat från industrin och studenterna är efter-sökta. Designhögskolan har dessutom stor nytta av universitetets struktur för att ta emot folk. Vårt nya konstnärliga campus med Konsthögskolan, den nya Arkitekturhögskolan, Bildmuseet

och HumlabX, där det forskas inom teknik och humanism, bidrar också till attraktionen. Och snart blir Umeå dessutom kulturhuvudstad vilket gör hela vår situation unik, fortsätter hon och beskriver dynamiken på sin nya arbetsplats som lite av en nybyggaranda – en plats där allt är möjligt. Och visst ger den nya Arkitekturhögskolan ytterligare en möjlighet till täta samarbeten på forskarnivå.

– Det är både möjligt och önskvärt!

FLER VITA ÖAR

När det gäller utvecklingen av designforskningen i stort tror Anna Valtonen att den stärks av att bli mer tvärvetenskaplig, något hon själv kommer att arbeta för att möjliggöra.

– Det är också min erfarenhet att det tvärvetenskapliga synsättet gör det lättare för forskningsresultaten att nå ut. Vi är generellt dåliga på att sprida resultaten och mycket stannar idag

inom akademiens väggar. Det gäller både att nå ut med grundforskningsresultaten och samtidigt få ut något ur projektforskning, där resultaten genast når ut, som för själva forskningsområdet framåt. Som jag ser det blir detta en gemensam utmaning som vi kommer att bli bättre på om vi samarbetar närmare med universitetet och industrin. Jag önskar att vi oftare kunde se situationer som när SVID:s vd Robin Edman sitter i morgonteve och talar om designforskning!

Enligt Anna Valtonen har man i den klassiska forskningen ofta väl genomförd fält så när som på ett litet svart, utforskat håll.

– Inom designforskningen är det tvärt om – några små, vita öar som försöker kasta ankar till varandra mot en gigantisk, svart utforskad bakgrund. Jag ska göra allt vad jag kan för att bidra till fler små vita öar!

Susanne Helgeson

Industridesignerns nya villkor

ANNA VALTONEN disputerade 2007 vid dåvarande Konstindustriella högskolan i Helsingfors med "Redefining Industrial Design". I sin forskning undersökte hon hur industridesignerns villkor och ställning förändrats i Finland från det att yrket etablerats vid mitten av 1900-talet och framåt. Många av hennes observationer gäller också hennes kollegor i Sverige och övriga västvärlden. Yrkets förvandling delade hon upp i sju olika punkter:

1. Villkoren för industridesigner har ändrats radikalt sedan det tidiga 1990-talet både tack vare industrins tekniska utveckling men också därför att industridesign har blivit en erkänd kvalitetshöjande konkurrensfaktor inom många viktiga näringar.
2. Betydligt fler lärosäten undervisar i industridesign i olika former, vilket har betytt att många fler industridesigner utexamineras vilket därmed betyder en större konkurrens.
3. It och CAD-tekniker har förändrat mycket av villkoren för yrkets praktiska utförande.

4. Inom de organisationer där industridesigner arbetar har nya roller dem för skapats. Numera finns designer verksamma in house men också många designkonsulter som arbetar på frilansbasis.

5. Industridesignerns uppgift har utökats från att tidigare nästan bara ha sysslat med produktdesign till mer strategiska positioner och affärsrelaterade uppgifter i företagen.
6. Utökade arbetsområden har inneburit större krav på specialisering. En industridesigner idag måste välja mellan till exempel interaktionsdesign, design management eller designforskning.
7. I och med utökade uppgifter har samtidigt gränserna för vad som är industridesign blivit mer diffusa. Industridesignyrket har fått en större betydelse samtidigt som osäkerheten om vad det innebär också blivit större.





FOTO: LISBETH SVENGBREN HOLM

Design management i fokus

Ett management- eller ett designområde, vad är egentligen design management? Själva begreppet design management har ifrågasatts; är det "för mycket management" eller ett alldeles för otydligt begrepp? Nu verkar det dock finnas ett större intresse från såväl designers som managers för det som ändå kan betecknas som design management.

Är design management ett management- eller ett designområde? Frågan kan tyckas överflödigt men som managementforskare med design management som ämne har det ibland känts frustrerande; dels av ointresset från managementforskare; dels av skepsisen från designforskare. Själva begreppet design management har också ifrågasatts, till exempel att det är "för mycket management" eller för otydligt vad design management innebär. Det verkar dock som om det nu finns ett större intresse från såväl designers som managers för det som ändå kan betecknas som design management.

En anledning till uppmärksamheten är behovet av innovation och nytänkande. "Designtänkande" används

allt oftare för att beskriva "det nya" som kan bidra till detta (se till exempel *Anna Rylanders* artikel i *Design Research Journal* nr 1, 2009). Antalet forskare från managementområdet som har blivit nyfikna och "upptäckt" design har blivit fler. Flera managementskolor har startat samarbete med designskolor. Det är i och för sig inte något nytt.

I Sverige har det funnits samarbete mellan tekniska, ekonomiska och designinstitutioner, åtminstone i projektform vid flera universitet och högskolor. TED-projektet är ett samarbete mellan Konstfack, KTH och Stockholms universitets företagsekonomiska institution sedan 1994. Det ettåriga design managementprogrammet vid Kalmar högskola (design, teknik och

ekonomi), och butiksdesignprogrammet vid Växjö universitet (design och ekonomi) är andra. Ett större samarbete är det som etablerades mellan Handelshögskolan och HDK vid Göteborgs universitet 2006, vilket ledde till Business & Design Lab och dessutom till en professur i design management.

UNIKT SAMARBETE I HELSINGFORS

Utanför Sverige är det samarbete som initierats i Helsingfors unikt i sitt slag. Det inleddes redan i början av 1990-talet med IDBM (International Design Business Management) ett mastersprogram i samarbete mellan Konstindustriella högskolan, Handelshögskolan och Tekniska högskolan. När universiteten i Finland skulle omstruktureras tog



3



4



FOTO: LISBETH SVENGBREN HOLM

5

Konstindustriella högskolans dåvarande rektor, *Yrjö Sotamaa*, initiativet till att de institutioner som samarbetat inom IDBM skulle gå samman för ett mer omfattande samarbete. Både staten och näringslivet satsade på detta som blev Aalto-universitetet och som invigdes i januari 2010.

IDBM, under ledning av *Toni-Matti Karjalainen*, bjöd in till ett forskarseminarium i december 2008 med ett fyrtiotal internationella deltagare, i huvudsak från Europa. Seminariet bjöd på en översikt av pågående forskning och utbildning inom design management, men också på en intressant diskussion om vad design management är, den teoretiska basen och vart området är på väg.

Kavalkaden av presentationer visade ett spretigt område, vilket kan ses som problematiskt, men samtidigt som en styrka om man ser det som möjligheter till nya kombinationer. Problematiskt är det om man strävar efter att design management ska vara ett område som på ett enkelt sätt kan förklaras och förstås även av andra utanför området. Frågan är dock om det är möjligt, eller ens önskvärt, i den globala och kom-

plexa värld som företag och organisationer befinner sig. Nödvändigt är det dock att skapa forum för att diskutera design management – innehåll och (in)riktning.

FORSKARE FRÅN TOLV LÄNDER

Fortsättning på diskussionen i Helsingfors följde i december 2010 i Göteborg vid Business & Design Lab, dit *Ulla Johansson*, nyutnämnda professor i design management bjöd in alla tidigare deltagare. Forumet arrangerades sedan tillsammans med SVID, Stiftelsen Svensk Industridesign. Det var ingen tillfällighet att också *Naomi Gornick* (Dundee University), *Tony Kent* (London College of Communication) och *Tom Inns* (Dundee University) hade bjudits in. De står som arrangörer av Design Management Metamorphosis som arrangerats sedan 2007 vid London College of Communication. Deras uppgift var att bidra med upplägget från dessa seminarier.

I Göteborg deltog drygt 50 personer – vilket var så många som fick plats – från tolv, i huvudsak europeiska, länder. Forumet i Göteborg innehöll, förutom presentationer av pågående forsknings-

projekt inom design management, också en reflektion från *Mary Jo Hatch*, gästprofessor vid Handelshögskolan i Göteborg, över hur det är att vara tvärdisciplinär forskare. Hennes berättelse berörde.

En snabb summering av *Mary Jo Hatch*s erfarenhet kan ses som dyster. Företagsekonomi och managementforskning är sektoriell och sker i silos. Tvärdisciplinär forskning ses med stor skepsis, tvärdisciplinära forskare belönas inte och har svårare att bli publicerade. De företagsekonomer som tillägnar sig kvalitativa metoder från till exempel sociologi eller etnologi ses dessutom med skepsis från sociologer och etnologer. Kunskapen blir möjligtvis bred, men inte tillräcklig djup. Samtidigt har detta inte hindrat *Mary Jo Hatch* att bli en av de mest framgångsrika forskarna inom organisation och management. Efter en tid som hippie i San Fransisco bestämde hon sig för att lära sig det mest kvantitativa ämnet hon kunde tänka sig för att förstå företagslogiken; finansiering. Men hennes forskning kom att inrikta sig mot organisation och hon har skrivit en av de internationellt mest använda

Bilder på sidorna 19–20:

1. Posters för öarna i designhavet, med broar och nya former – avslutande workshopövning.
2. Tom Inns, professor vid Dundee University, Skottland. Genomgång av resultaten från första workshopen.
3. Deltagare fördjupade i workshopuppgiften.
4. Mary Jo Hatch höll ett engagerande anförande där hon berättade om sina egna erfarenheter som forskare inom design management-området.
5. Designforskningsprojekt i fysiska former utplacerade på en matris enligt tidsaxel och olika tema.

läroböckerna i organisationsteori.

Mary Jo Hatch har sedan skrivit flera uppmärksammade artiklar och böcker i varumärkesstrategi och arbetat som konsult i varumärkesfrågor, ett område som förde henne till design managementforskning. Nu ska hon dock ägna sig åt att vara aktiv konstnär. Inte så illa för en tvärdisciplinär forskare egentligen.

TVÄRDISCIPLINÄRT ÄMNE

Men, vad krävs av tvärdisciplinär forskning för att den ska etableras och värderas med relevanta kvalitetskriterier? Design management är i grunden tvärdisciplinärt och det kan faktiskt finnas stora möjligheter att just designtänkandet och designmetoder kan bidra till utveckling av kvalitetsnormer som gynnar ett tvärdisciplinärt, eller mångdisciplinärt design management. De problem som Mary Jo Hatch tog upp fanns också i workshopdiskussionerna.

Den första dagens workshop inleddes med att vi skulle definiera vilka som är de mest väsentliga forskningsfrågorna för företag och samhälle; vilket sedan ledde till en diskussion om

vilka forskningsfrågor som driver design management och vilka man själv är intresserad av att driva. Det var inte svårt att identifiera de stora frågorna; miljöproblemen, den åldrande befolkningen, migration, hur meningsfullhet skapas, nolltillväxt och behov av nya affärsmodeller eller hur service design kan vidgas, var exempel på de frågor som lyftes fram. Det formulerades kanske inte på samma sätt, men intresset att bedriva forskning som bidrar till hållbarhet, bättre livskvalitet och på vilket sätt design kan bidra till detta i ett företagsammanhang fanns på flertalets agenda, jämsides med frågor om hur designtänkande kan stimuleras hos företagare och politiker och design för ökad innovationskompetens.

I den andra delen av workshopen skapade vi en tredimensionell karta över avslutade och nuvarande forskningsprojekt med hjälp av pappersvikta kuber. För varje projekt man deltagit i, och nu deltog i på ett eller annat sätt, gjordes en kub; en mindre för doktorandprojekt, en större för forskningsanslagsfinansierade projekt. Dessa placerades ut på golvet där Tom Inns gjort en matris med en tidslinje på ena axeln och teman enligt diskussionerna i föregående övning på andra axeln (se foto). Det blev en intressant diskussion när vi jämförde nyss avslutad eller pågående forskning med de frågeställningar som ansågs viktiga – och som man helst ville driva från den föregående övningen. Visst fanns det överensstämmelser, men också uppenbart att forskningen i realiteten har smalare fokus. Uppenbart blev också att doktorandprojekt dominerade kartan. Det är positivt då det innebär att det finns en stark tillväxt av forskare i design management.

Workshopen fortsatte med att diskutera utmaningar för doktoranderna. Dessa kan sammanfattas som att det är

svårt att hitta tvärdisciplinära teoretiska plattformar och därmed också hitta rätt forum för att kommunicera eller distribuera forskningsresultat; att avgränsa forskningsfrågan, att få tag i eller utveckla relevant empiri. Det är inte alltid enkelt att hitta lämpliga företag att samarbeta med eftersom många företag inte riktigt förstår vad designforskning handlar om. Men också återkom ofta problemet med finansiering.

HANDEL MELLAN ÖAR

Forumet avslutades dag två med en övning där deltagarna fick en karta med tre öar: design managementpraktik, -utbildning och -forskning med några omgivande småöar av konsulter. Uppgiften som Tom Inns gav var att identifiera vilka som befolkar öarna, hur man handlar mellan öarna, vad man exporterar respektive importerar, vilka "handelsvägarna" är, med vilken valuta man betalar, vilka broar som behöver byggas och hur man hanterar ebb och flod. Givetvis definierades kartan om av flera grupper, nya öar tillkom och tredimensionella broar byggdes. Kanske därför att det var fredag eftermiddag, kanske därför att är man designforskare, eller designpraktiker måste nya tredimensionella modeller med nya synvinklar på frågan skapas. En slutsats var dock att det är olika öar i behov av nya typer av broar för att öka utbytet.

Det blir sannolikt en fortsättning med diskussioner om design management och dess utmaningar; nya frågor och nytt upplägg i London i slutet av 2010 eller början av 2011, lovade *Bruce Tether* vid Imperial College. Mer information kommer att finnas på Business & Design Labs webbplats, där man också kan ladda ner Tom Inns sammanfattning av workshoparna.

Lisbeth Svengren Holm



1. Målet för Singapores stadsplanerare är 8 kvadratmeter grönyta per person. Men det är ont om mark. En lösning är att bygga gröna oaser på taken. Eller att anlägga broar med parkområden uppe i luften med samma storlek som den bebyggda ytan på marken under.

2. Emily Pilloton, inspirerande talare på Icsid World Design Congress Singapore 2009.

Svårt men möjligt att lösa

Hur ser världen ut om fyrtio år? Kan vi lösa klimat- och miljöutmaningar med hjälp designinsatser? Dessa frågor diskuterades när omkring 700 designere och designintresserade från hela världen i Singapore möttes i november 2009 på Icsid-konferens med tema Design Difference – Designing Our World 2050. Robin Edman, SVID, var en av dem.

Vartannat år anordnar ”världens förenta designorganisationer” Icsid (International Council of Societies of Industrial Design) en kongress med föreläsningar, workshops och utställningar. Senaste november samlades omkring 700 designere/designintresserade i Singapore för att diskutera framtid: Hur kan vi designere påverka den? Hur ska världen se ut år 2050?

Claes Frössén och Robin Edman från SVID var dessutom inbjudna genom svenska ambassaden och EU för att vid ett antal tillfällen dagarna innan kongressen presentera City Move-projektet (se Design Research Journal #2.09, sid 14), bland annat på Temasek Design School och dess Centre for Design Innovation.

Diskussioner kring bland annat

global uppvärmning och stigande vattennivåer har gjort att intresset kring City Move-projektet ökat markant sedan starten i Gällivare för drygt ett år sedan.

DESIGNPROJEKTET SINGAPORE

Varje Icsid-kongress har ett tema med både lokal aktualitet och global relevans. Singapore är i sig ett enda stort designprojekt. Just nu planeras nya stadsdelar, byggda på konstgjorda markytor. En del av avsikten med kongressen handlade alltså om att hjälpa Singapore med framtidsvisionen som en hållbar, miljövänlig ny stad med sikte inställt på 2050.

Under tre dagar diskuterades framtiden ur en rad olika aspekter. Förmiddagarna ägnades åt föredrag i

plenium medan publiken under eftermiddagarna delade upp sig i mindre grupper för workshops och diskussioner kring mera specifika frågor inom områden som Blindspots in Design 2050, Entertainment 2050, Healthcare 2050, Life @ 1 Planet 2050, Personal Emotional Mobility 2050, Protofarm 2050, Reinventing the Automobile 2050 och Sustainable Cities 2050.

Robin Edman gick främst mellan inslag om framtida hälsovård, transporter och ”blindspots”, det vill säga frågor om designområdets framtida möjligheter inom områden som kanske inte tidigare räknats som helt givna.

Trots att tiden är tuff och turbulent just nu blev slutsatserna, enligt Edman, att designområdet har stora möjligheter att skapa hållbara produk-

”As long as design concerns itself with confecting trivial ’toys for adults’, killing machines with gleaming tailfins, and ’sexed-up’ shrouds for typewriters, toasters, telephones, and computers, it has lost all reason to exist.”

Design For The Real World, 1972
Victor Papanek

ter och framför allt tjänster framöver. Framtida design kommer inte i lika hög grad som tidigare kretsas kring fysiska objekt. Nya tjänster och organisationsförändringar kan skapas genom designers sätt att tänka.

SYSTEM – INTE NYA GREJER

Emily Pilloton, entusiastisk talare och skapare av Project H Design, USA, som jobbar mycket hands-on med både produkter och tjänster menade att det är ”vi designer som måste rita upp reglerna för framtiden”.

– Det finns ingen design utan handling. Vi måste arbeta med, inte för människor. Vi ska skapa system, inte grejer. Gör vi det så ter sig framtiden ljusare.

En annan talare, *Ged Davis* från Global Energy Assessment, Österrike, var inne på samma linje:

– Vi designer har fått gåvan att skapa framtiden!

Vad det handlar om är att på sikt påverka grupper som man som designer normalt inte interagerar med i vanliga fall. Hur kan vi hjälpa – utan att bli betraktade som hjälpare? Jo, genom delaktighet. Inte med en attityd



3. Chris Bangle, länge chefsdesigner på BMW, höll i en intressant workshop om framtida transporter.

4. Exempel från ett av de få produktinriktade designprojekt, som presenterades på kongressen. Under temat Entertainment 2050 presenterade Feng Zhu, som startat FZD School of Design, Singapore, en framtida anläggning med ljud distinkt riktat enbart mot användaren.

som signalerar ”Hej, vi är designer och vi är här för att hjälpa er med det ni inte klarar av”.

Självklart presenterades en rad basfakta under de tre konferensdagarna. Som till exempel att redan 2025 kommer två tredjedelar av världens befolkning att finnas i Asien, bara 7 procent i Europa medan 20 procent av all världens Research & Development kommer att utföras i Indien och Kina. Sådant får vilken designer från väst som helst att tänka till.

Stefano Marzano, designchef på Philips, var huvudtalare inom området Healthcare 2050. Han visade siffror på att hälften av världens befolkning kommer att vara kroniskt sjuka år 2050. Om fyrtio år kommer det att finnas 9 miljarder människor (idag finns det 6 miljarder), 90 procent av dem kommer att bo i städer. Idag är 700 miljoner äldre än 60 år. 2050 kommer siffran att ha tredubblats till 2 miljarder. Det är jättestor utmaning att utveckla ett samhälle där alla kan leva tillsammans, där det inte kommer att behövas ständiga nödsatser utan där allt är synkroniserat – ett samhälle som baseras på ”Design för alla”. Trots alla allvarliga framtids-



FOTO: ROBIN EDMAN

utsikter var andan överlag positiv. Visst använder vi för mycket olja men det finns möjligheter. Bland annat trodde deltagarna på en större medvetenhet bland vanliga människor om bara tio år.

PAPANEK AKTUELL

Det var också intressant att höra *Victor Papanek* citeras, enligt Edman. Boken ”Design For The Real World” från 1972 är lika aktuell fortfarande. Det finns hopp om vi är lite smartare och bara göra grejer som är meningsfulla. Så löd tongångarna.

Icsid-kongresser avslutas aldrig med vare sig slutdokument eller manifest. Men Robin Edman är övertygad att deltagarna tog med sig kunskaper hem som säkert kommer att följas upp lokalt med seminarier och projekt.

Lotta Jonson

Nästa Icsid-kongress kommer att hållas i Taipei 2011. Icsid utser också World Design Capital vartannat år. År 2008 gick Turin i Italien ut som den första designvärldshuvudstaden. Seoul är World Design Capital 2010 och 2012 är det Helsingfors tur.

Tjänstedesign

Service Design



STEFAN HOLMLID

Human-Centered Systems,
IDA, Linköpings universitet

I det här specialnumret av Design Research Journal presenteras forskning som ligger i skärningspunkten mellan två framväxande forskningsområden; tjänsteforskning och designforskning. I det mötet sker idag finansierad, världsledande och spännande forskning; i Sverige, hos våra nordiska grannar, hos våra europeiska unionsfränder, i USA och Asien.

Vi har här bara möjlighet att presentera ett litet utsnitt av den forskning som sker, men ytterligare aktuell forskning och översikter är lättillgängliga på flera olika ställen (Hefley & Murphy, 2008; Holmlid, 2009; Kimbell, 2009; Miettinen & Koivisto, 2009; Sangiorgi, 2009; Sangiorgi & Holmlid, 2009; Meroni & Sangiorgi, 2010). Den intresserade läsaren bör också söka utmed andra utvecklingslinjer som kan spåras till interaktionsdesign, service management, deltagande design, etc. Artiklarna som legat till grund för det här specialnumret har två olika ursprung. Dels rör det sig om forskningsartiklar som först skrivits för och presenterats på mindre konferenser, som Nordic Conference on Service Design and Service Innovation (www.aho.no/ServiceDesign09), IASDR och Service Design Network Conference. Dels rör det sig om artiklar som skickats in baserat på ett öppet Call for Papers.

Det är svårt, om inte omöjligt att göra en precis och uttömmande definition av vad tjänstedesignforskning är. Grundläggande bör dock vara att den teoretiska grundningen, de analytiska perspektiven och de syntetiserande resultaten är förankrade i såväl design- som i tjänsteforskningen. I efterhand kan man notera att delar av designforskningen baserats på tjänster, till exempel har delar av interaktionsdesignforskningen handlat om tjänster i en digital kanal. Men, den teoribas som nyttjas och de analytiska angreppssätten har inte inkluderat grundläggande tjänsteperspektiv, såsom produkttjänstesystem, service-dominant logic, etcetera, och därmed inte gjort sig kritiserbara inom dessa ramar. Det omvända gäller för tjänsteforskningen, som i delar berört design, men som inte gjort sig kritiserbar inom de ramarna.

Historiskt sett började tjänstedesign som ett akademiskt område utvecklas under 1990-talet i Köln och Milano. I Köln började Birgit Mager som professor i Tjänstedesign 1995,

och där har sedan dess bedrivits tjänstedesignutbildning och tillämpade tjänstedesignprojekt. Forskningen som genomfördes i Milano, utgående från Ezio Manzini, publicerades till största delen på italienska. Den översikt över den tidiga tjänstedesignforskningen i Milano som publiceras här, är en värdefull resurs för studenter och forskare inom olika designdiscipliner.

De utvalda artiklarna i det här specialnumret spänner över och balanserar mellan tre huvudsakliga intresseområden inom samtida tjänstedesignforskning. Dessa tre områden är strategiska och policy-orienterade perspektiv, metodorienterade perspektiv och perspektiv som har med material och designobjekt att göra. *Gloppen* fokuserar på ledarskap, med sin tyngdpunkt i design management, med en tydlig koppling till alla tre områdena. *Vaajakallio et al* utvecklar kunskap om användningen av rollspel som metod, vilket i sin tur sätter ramar för vad som kan designas, och hur strategier kring design formuleras. *Diana, Pacenti & Tassi* lyfter fram ett ramverk för analys och klassificering av olika visualiseringstekniker som används i tjänstedesign, vilket reflekterar perspektiv och föreställningar om designobjektet, och också ger återverknings på alla tre områdena.

Under senare år har mängden publikationer inom området svällt, och också de forum där publicering har blivit möjlig. Traditionella konferenser som IASDR, Nordes, EAD, Quality In Services med flera har bidrag inom tjänstedesign, tidskrifter som Behaviour and Information Technology och Design Research Journal ger ut specialnummer med tjänstedesign som fokus, och specialiserade konferenser växer fram, som den Nordiskt organiserade forskningskonferensen inom tjänstedesign och tjänsteinnovation (www.servdes.org) och Service Design Network Conference. Utvecklingspotentialen inom det här mångvetenskapliga området är stort, både i möjligheter till teoretisk grundning med hjälp av kognitionsvetenskap, medierad kommunikation, datorstött samarbete, sociologi, estetik med mera, men också i möjligheter till gestaltungsorienterad forskning. Vi ser bara början på en spännande utveckling av ett forskningsområde.

Stefan Holmlid

In this special issue research in the overlap between two emerging research areas is presented; service research and design research. Exciting and world-leading research in this area is performed in the Nordic countries, in Europe, in USA and in Asia. Here we have the possibility to present a small slice of the research performed, interested readers should look for more literature (Hefley & Murphy, 2008; Holmlid, 2009; Kimbell, 2009; Miettinen & Koivisto, 2009; Sangiorgi, 2009; Sangiorgi & Holmlid, 2009; Meroni & Sangiorgi, 2010). In adjacent areas, such as interaction design, service management, participatory design, papers can be found. The articles for this issue were collected from an open call for papers, as well as an invitation to authors with papers previously published at smaller conferences; such as the Nordic Conference on Service Design and Service Innovation (www.aho.no/ServiceDesign09), IASDR and the Service Design Network Conference. It is difficult, if not impossible, to make a complete and sufficient definition of what service design research is. Nevertheless, the fundamentals should be found in that the theoretical basis, the analytic perspectives and the synthesis of results should be grounded in design research as well as service research. In hindsight one can see that parts of design research is based on services. Some interaction design research, for example, has dealt with services in a digital channel. But, the theoretical grounding used and the analytical perspectives applied has not included fundamental service perspectives, such as product-service systems or service-dominant logic. The reverse situation is found in service research that has touched upon design, but has not made itself criticizable within design research frames.

Service design research history, as an academic field, develops throughout the 1990's in Cologne and Milan. In Cologne, Birgit Mager started her professorship in Service Design in 1995. In Milan where Ezio Manzini lead the development, most of the publications were written in Italian. It is therefore a valuable resource to be able to provide an overview of the research performed in Italy in this special issue.

The selected papers for this issue spans and balances between three of the main interest areas of current service design research; strategic perspectives, methods and techniques, as well as material and design objects. Gløppen focus on leadership, based on design management, with a clear connection to the other areas. Vaajakallio et al develops knowledge on the use of role-playing as a method, which has consequences on what can be designed, and how strategies for design need to be formulated. Diana, Pacenti & Tassi highlights a framework for classification and analysis

of techniques for visualization used in service design, which reflects perspectives and perceptions of design objects as well as influences the other areas.

During the last few years the amount of publications have increased within the area, as well as the number of forums for publication. Traditional conferences such as IASDR, Nordes, EAD, *Quality in Services*, and others accept contributions on service design. Journals such as *Behaviour and Information Technology* and *Design Research Journal* publish special issues on service design. Specialized conferences such as the Nordic Conference on Service Design and Service Innovation (www.servdes.org) and the Service Design Network Conference are appearing. The potentials for development within this multidisciplinary research area are great, in terms of theoretical grounding through cognitive science, mediated communication, computer supported cooperative work, sociology, aesthetics, etc. There are also potentials for development in terms of finding possibilities to perform research through design. We are merely seeing the beginning of the development of an exciting area of research.

Stefan Holmlid

REFERENCES

- Hefley, B., Murphy, W. (2008). *Service Science, Management and Engineering: Education for the 21st Century*, Springer Verlag.
- Holmlid, S. (2009). *Participative, co-operative, emancipatory: From participatory design to service design*. First Nordic Conference on Service Design and Service Innovation, Oslo 2009.
- Kimbell, L. (2009). *Insights from Service Design Practice*. 8th European Academy of Design Conference – 1st, 2nd & 3rd April, Aberdeen.
- Meroni, A., Sangiorgi, D. (2010). *Design for Services*. Gower Publishing.
- Miettinen, S., Koivisto, M. (2009). *Designing services with innovative methods*. TAIK, Helsinki, Finland.
- Sangiorgi, D., Holmlid, S. (2009). *Rigor in Service Design Research*. Special Session at IASDR, Rigor and Relevance in Design, 2009, Seoul.
- Sangiorgi, D. (2009). *Building up a framework for Service Design research*, 8th European Academy Of Design Conference – 1st, 2nd & 3rd April, Aberdeen, Scotland.
- Inskickade bidrag genomgick en dubbelblind-granskningsprocess. Acceptansgraden var 50%.
All papers were submitted to a double-blind review process. Acceptance rate was 50%

**ELENA PACENTI**Domus Academy, Milano,
Italy**DANIELA SANGIORGI**ImaginationLancaster,
Lancaster University,
Lancaster, UK

SERVICE DESIGN RESEARCH PIONEERS

An overview of Service Design research developed in Italy since the '90s

BY ELENA PACENTI & DANIELA SANGIORGI

Här ges en forskningsöversikt av tjänstedesign från Italien sedan 1990-talet – framför allt inom tre forskningsfält: olika typer av tjänster och tjänstedesign som ett eget område, produkttjänstesystem samt undersökningar av sociala innovationer och hållbarhetsfrågor. Områdets framväxt visualiseras och knyts an till den internationella forskningen om tjänstedesign, vilket ger en bas för en gemensam utveckling i framtiden. Tillväxten för tjänstedesignområdet sker bland annat genom att kunskaper från andra perspektiv inom tjänstområdet integreras. I Italien har tjänstedesign tagit ett stort steg framåt i och med att den berömda Compasso D'Oro-utmärkelsen nu infört en kategori för projekt som avser tjänstedesign – ett tecken på att tjänstedesign blivit alltmer accepterat som ett eget område inom det bredare italienska designforskar-samhället.

ABSTRACT

This paper provides an overview of the research on Service Design carried out in Italy (mainly in Milan) since the '90s. The authors show how the initial steps in this emerging field have definitely influenced the following evolution of studies in Italy; three areas of research in particular are described: investigations into the nature of services and of Service Design as a field; investigations into Product Service Systems; and investigations into social innovation and sustainability. As final considerations, a map of Service Design research is developed to suggest connections with the existing international research into Service Design and to imagine future developments.

INTRODUCTION

When reflecting on the current and future development of design as a discipline, Service Design is now recognised as one of the main fields of practice and research. The authors aim to contribute to this field and to its future development by presenting an overview of the research on Service Design carried out in Italy (mainly in Milan) since the '90s. Describing the initial steps and intuitions that have helped shaping this new design agenda, they will show how these first contributions have developed into different streams of research that are now part of an international debate.

The first articles and research on Service Design were exploring the nature of services (or product-services) as opposed to products and their relationship with the concerns for environmental issues. These core reflections have definitely influenced the following evolution of studies in Italy. Three areas of research in particular emerged: investigations into the nature of services and of Service Design as a field; investigations into Product Service Systems; and investigations into social innovation and sustainability. These three areas often overlap and share a common interest in the development of methods and tools to help building the discipline in its operative paradigm.

The paper articulates these different research areas looking at and summarising scientific publications, funded research projects and PhD research. This overview feeds then into a final interpretation and visualisation of the Italian work so far, showing its relationship with wider areas of research and practice in the international community.

INITIAL STEPS

Thanks to the intuition of Prof. Ezio Manzini, two Master theses on Service Design were developed within the department of Industrial Design at the Faculty of Architecture of Politecnico di Milano. One of these theses by Elena Pacenti – who graduated on July 1993 – was titled “*Il Design dei Servizi*” (*Design of Services*). Her work represented a first attempt to understand and describe the nature of services, the main reasons behind the so called Service Society (Gershuny, 1978; Giarini, 1986), and to map out both the phenomena affecting the evolution of services (such as industrialisation, automation and digitalisation), and the existing knowledge and approaches to Service Design as coming from management (Butera, 1988; Heskett, 1986; Negro, 1992; Normann, 1985) and from marketing (Eiglier and Langeard, 1988; Levitt, 1981; Lovelock, 1984). This reflection on the nature of services in comparison to products and collecting the available insights from management science helped to prepare the basis for Service Design.

Manzini’s intuition behind those first research works, was clearly summarised in his article published on Design Management issue n.7, June 1993, titled “*Il design dei servizi. La progettazione del prodotto-servizio*” (*Service Design. The design of the product-service*), and partially introduced in his book *Artefatti* (*Artifacts*, Domus Academy Publishing, Milano 1987); the concept of product-service was suggesting how services, becoming increasingly similar and integrated to product offers (and products offers becoming increasingly integrated as service components), needed to be

designed and needed a specific design culture. In the article published in Area issue n.14, June 1993, “Lo scenario del prodotto-servizio” (*The Product-service scenario*) Manzini explained the reasons for promoting services as a new field of design: considering the growing importance of services in the contemporary economies, the design of services (or of product-services) was envisaged as a potential strategy to move the actual system of production and consumption towards environmental and social sustainability. Compared to the consumption of products, service solutions potentially represented a more efficient way to answer people’s needs.

Starting from those original studies, Service Design has been interpreted and studied as a field of convergence between social innovation and scenarios of sustainability. In the article *Sustainability as a scenario of services. Environmental quality, social quality, the design of services*, in Design Recherche, n°7, June 1995, Manzini and Pacenti discussed the potential of Service Design as a contributing factor to the evolution of contemporary society towards sustainability, connecting the potential of service scenarios (such as eco-efficient services and community service) to environmental and social quality. As services are co-produced by users and providers, service scenarios help to rethink the quality of the social habitat while opening up the possibility to promote social innovation.¹⁾

The initial theoretical and conceptual research framework on Service Design developed in the ‘90s at Politecnico di Milano, Domus Academy, and in Germany at the University of Cologne is documented in a book titled “*Dienstleistung braucht Design*”, Luchterhand Verlag, Berlin, edited by Michael Erlhoff, Birgit Mager and Ezio Manzini. This book was the first collection of thoughts and experiences around Service Design in which representatives from Domus Academy Research Center contributed with short essays conceptualising the convergence of interactive media, digital artefacts (Marco Susani) and brand and visual communication (Mario Trimarchi) with service design issues.

Starting from those preliminary insights, the research on Service Design in Milan developed different directions and specialisations: the theoretical production was mainly pursued through a series of PhD theses developed within the PhD School in Industrial Design at Politecnico di Milano.

The first PhD research was the investigation by Elena

1) A fundamental contribution to the debate around Service Design came from the cooperation with a group of sociologists and organisation experts theorising the concept of “services as partnership”: “services are first of all relationships between providers and users”. The service is a social relationship creating value for all the actors involved. The production of a shared value transcends the pragmatic benefit gained from the performance itself and lasts in time (De Michellis, 1996; Ota De Leonardis, 1995).

Pacienti. The research work of Elena Pacienti, from November 1995 to October 1998, was using the results from her graduation thesis to better analyse the nature of services and mapping design approaches and available interdisciplinary methodologies and tools, to start building up the first body of knowledge for Service Design. Her PhD thesis, titled “Il Progetto dell’interazione nei servizi. Un contributo al tema della progettazione dei servizi” (*Designing interaction with services. A contribution to service design*), was an attempt to develop conceptual and operational tools for Service Design through an analogy with the discipline of Interaction Design. The analogy between the front-office, that is the part of the service system that is experienced by users, and the interface of a digital artefact (defined as the “*zone, area, scene where interactions take place*” by Anceschi, 1992a) allowed identification of a series of concepts and tools for designing service interaction. The thesis is composed of three main sections: the first section is an in depth analysis of service nature and of services transformation through decades; the second section analyses the reasons for the lack of a specific design culture for service-products and summarised the latest insights from the managerial culture on services; the third part develops the analogy with Human Computer Interaction and the definition of parameters and tools for Service Design.

This PhD thesis, tutored by Ezio Manzini, was also influenced and supported by the studies of Giovanni Anceschi (1992) and the PhD research of Pietro Montefusco (1995), about the design of interactive and communicative artefacts; their work theorised the shift from the design of the interface to the design of the interaction, introducing basic concepts such as the nature of “non linear potential performances”, the design of the narrative and time dimensions, and notational tools for design.²⁾ Here ‘service interactions’ became a useful paradigm to derive metaphors, tools and concepts (Shostack, 1982; Anceschi, 1992b) for Service Design, management and innovation; for example the innovation of service activities can be obtained by reconfiguring the roles of providers and users towards new ideas for value co-creation (Normann and Ramirez, 1995; De Michelis, 1995; Manzini 1997).

A summary of Pacienti’s PhD thesis work has been published on *Design Multiverso. Appunti di fenomenologia del design* (Multivalent Design. Notes on Design Phenomenology), in 2006, edited by Bertola and Manzini; it is also included in

the forthcoming publication *Design dei servizi. Interazione, innovazione, esperienza, partecipazione* (Service Design. Interaction, innovation, experience and participation), edited by Meroni and Sangiorgi.

After the PhD Manzini and Pacienti wrote a document called “*service interaction design guidelines*” where some of the basic principles of Graphical User Interface and Human Computer Interaction were translated and applied to service environments, as a checklist for designers to be used into the analysis and design of service interactions (1999).

RESEARCH RAMIFICATIONS AND A GROWING COMMUNITY

Building on this research and on the analogy between Service Design and Human Computer Interaction, a second PhD work (Sangiorgi, 2004) was conducted with the aim of extending the understanding of service interaction nature and providing an orienting model for the analysis and design of services. The starting point of this second investigation was that, notwithstanding the agreed focus on service interactions as the main area and paradigm for Service Design, a clear understanding of what affected the quality of service interactions, and how designers can contribute to it, was still missing. As service interactions don’t happen in vacuum it is important that designers gain a more systemic understanding of how services work and what contributes to a good performance. The PhD examined literature on ‘service encounters’, which are defined by Shostack as “a period of time during which a consumer directly interacts with a service” (1985: 243). This research suggested three levels of factors that influence service encounter quality related to three main levels of interactions within services: human-to-human interaction (service as social negotiation); human-to-service context or interface (services as mediated actions); people behaviours in relation to the socio-cultural (or organisational) context they belong to (services as actuation). Building on the existing link of Service Design with research into Human Computer Interaction, Sangiorgi looked at how studies on Human Computer Interaction have considered the situated nature of people-machines interaction while expanding their unit of analysis to activities and wider systems. In the same way Human Computer Interaction has developed studies and theories to contextualise and locate interactions within wider systems and practices (Bødker, 1991), Service Design could explore the contextual and systemic dimension of services applying similar theoretical frameworks. Approaches such as Activity-centred Design (Gay and Embrooke 2004) or the concept of Computer-mediated Activity (Kaptelinin and

2) Giovanni Anceschi’s studies about visual communication theorised important concepts about the lack of “iconogenia” of services and the identification of notational tools mutated from contemporary arts such as choreography or storyboarding.

Nardi 2006) have brought the attention to the application of Activity Theory as a potential design framework (Maffei and Sangiorgi, 2006). An application of Activity Theory concepts and principles to services was then developed and tested in an action-research project in an industrial setting (Sangiorgi and Clark, 2004). As a result a model (the ‘encounter model’), some tools (Activity System map, issues cards, offering map) and design guidelines were developed.

In parallel another stream of research continued the investigation into the relationship between services and sustainability. An element of these studies was connected to European research projects Politecnico di Milano took part in. Among these we can mention: SusHouse (1998-2000), a European Union (EU)³⁾ funded research project concerned with developing and evaluating scenarios for the transition to sustainable households (Vergragt, 2000); studies funded by UNEP about Product-Service System sustainability and developed at Politecnico di Milano (Manzini and Vezzoli, 2002); the EU⁴⁾ funded Thematic Network of industries and institutes SusProNet (2002-2004) developing expertise on design of product-service systems for sustainable competitive growth; HiCS – Highly Customerised Solutions (2001-2004), a EU⁵⁾ funded research project aiming to produce methodologies and tools for designing sustainable solutions (Manzini, Collina and Evans, 2004); and MEPPS (Methodology for Product-Service System, Development of a toolkit for industry), a European research project coordinated by Price-waterhouseCoopers N.V. (2001-2004) aiming at developing a methodology for Product Service Systems bringing together design with sustainability evaluation methods (van Halen et al., 2005).

These studies on services and sustainability have been mainly related to the concept of Product Service System (PSS). A PSS is defined as ‘an innovation strategy, shifting the business focus from designing (and selling) physical products only, to designing (and selling) a system of products and services that are jointly capable of fulfilling specific client demands’ (Manzini and Vezzoli, 2002a). A particular approach to PSS design comes from the encounter between Design for Sustainability and Strategic Design as suggested by Manzini and Vezzoli (2002b). In their investigations into ‘eco-efficient PSS’ they suggest how, only when stakeholders engaged into the design and delivery of PSS adopt a life cycle perspective, system resource optimisations can be achieved: ‘the potential eco-efficiency of a PSS relies on system optimisations (in resource use and emissions) because of the stakeholders’ convergence of interests’ (ibid: 856). Designing PSS with this systemic approach can be considered part of strategic design

competences, suggesting the need to develop a new field of studies and practice called Strategic Design for Sustainability.

The interest in developing sustainable solutions has also led to research into design methodologies to facilitate the development of PSS. The European research HICS aimed at developing methodologies to guide a network of companies to converge toward the development of a highly customised solution. A significant result of this work was the elaboration of a methodology, the ‘design plan’, which consists of a guiding format to present, in a codified and progressive way, representations of a solution, from initial tentative ideas to final solutions (Jegou et al., 2004). The same interest in developing an ‘operational paradigm’, meaning a set of standard tools and methods to design and develop PSS, has been shared by Nicola Morelli. Morelli developed his PhD in Politecnico di Milano about innovation and sustainability (2005). He then moved to Melbourne University in Australia and then to Aalborg University of Denmark, where he still lives, further developing these theories in a closer relationship with the Service Design community. Inspired by the work of HICS, his studies have looked at PSS as a “social construction” (Bijker, 1995), and at the role of design within this process (Morelli, 2006); in particular he envisages designers contributing to the identification of the potential actors, to the development of possible PSS scenarios, and to the development and use of representation and management tools as a way to effectively visualise PSS in all its elements.

Another perspective on services and sustainability, as anticipated by Pacenti and Manzini (1995), is related to social innovation and its role for the development of a more sustainable society. This stream of research on sustainability (funded by another EU research project called EMUDE – Emerging User Demands for Sustainable Solutions⁶⁾) has been looking at existing examples of inventiveness and creativity among ‘ordinary people’ to solve daily life problems related to housing, food, ageing, transport and work (Meroni, 2007). Such cases represent a way of “living well while at the same time consuming fewer resources and generating new patterns of social cohabitation” (Manzini, 2008: 13). The idea behind this research was to consider these as promising signals for a sustainable society and examples of systemic change at a local level that could be replicated and diffused on a larger scale. All solutions were based on collaborative service and business models giving birth to new forms of

3) EU Environment and Climate Research Programme Theme 4, Human Dimensions of Environmental Change

4) EU Fifth Framework Programme (FP5)

5) EU Growth Programme, Fifth Framework Programme (FP5)

6) European Commission 6th Framework Programme.

community and new ideas of locality. Defined as ‘collaborative services’ they have the potential to develop into a new kind of enterprise, a ‘diffused social enterprise’, which needs a supporting environment to grow. The designers’ role here is to contribute to the development of these promising cases by designing ‘enabling solutions’, meaning ‘a system of products, services, communication and whatever is necessary, to improve the accessibility, effectiveness and replicability of a collaborative service’ (Manzini, 2008: 38).

Within this area of research some further PhD research projects are exploring specific topics, such as on the relational qualities of collaborative services (Cipolla, 2007), methods and tools to co-design collaborative spaces such as co-housing (Conditi, 2008) and creative centres (Franqueira 2009), also the potentialities of digital platforms as a support for more collaborative solutions (Baek and Manzini, 2009).

Moreover the convergence between Strategic Design for Sustainability, Social Innovation and an interest and opportunity for territorial interventions, has supported the articulation and experimentation of a new design approach called *Community Centred Design* (Meroni, forthcoming). This approach, currently applied in projects for the sustainable development of *rururban* areas in Italy, China, Brasil and USA (Meroni et al., 2008; Meroni et al., 2009), brings together sensitivity for territorial heritage and community sovereignty with scenario building activities as a way to enable transformational processes. Within this field of research, particular attention has been dedicated to the re-design of local food chains (Vasconcelos, 2008; Simeone, 2010).

Finally other research streams bring together investigations into Interaction Design and Information Design with studies of services. Among these we can mention research into the development of digital services (Pillan and Sancasani, 2003) or explorations on the role of visualisations to support change within complex systems (Ciuccarelli et al., 2008).

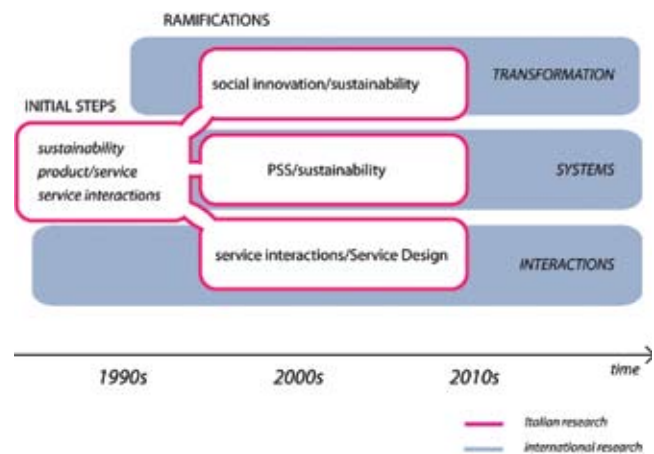
A FINAL PICTURE AND POSSIBLE NEW DIRECTIONS

The paper has so far provided an overview of research on Service Design as it developed in Milan since the ‘90s. Starting from the perception of Ezio Manzini of the necessity of applying design culture and skills to the field of services, a growing area of research has emerged. The authors of this paper have, in particular, suggested the development of three interrelated research themes: investigations into the nature of services and of Service Design as a field; investigations into Product Service Systems; and investigations into social innovation and sustainability.

Looking at how research and practice in Service Design has been developing in the international community, these three areas are representative of how the field is growing in general and what the main research questions are so far. In an attempt to map international Service Design research practice and needs, Sangiorgi (2009) observed how the initial focus on service interactions has been maintained. What has been gradually changing, she noticed, is the context and nature of the interactions that Service Design has been dealing with: from one-to-one to many-to-many interactions; from sequential to open-ended interactions; from within to amongst organisations. As the complexity of challenges and the objects of design have become larger, designers are starting to collaborate with a wider number of stakeholders and professions, but also to work ‘within’ service organisations and user communities to provide tools and modes to deal with change and complexity on a daily basis.

These changes have introduced two significant fields of investigation: one related to positioning service interactions within and among *systems* that requires deeper understanding of issues of complexity, reframing business models and networks; the other related to evaluating the role and impact of design into transformation processes both within companies (entering the discipline of organisational studies) or user communities (with a special concern for social innovation and sustainability). As we can see from the graph 1, these research areas can be easily connected with the three themes described in this paper.

As it is foreseeable from this overview, Service Design will grow by integrating more knowledge coming from parallel fields of service studies, but also by continuing to define and



Graph 1. Service Design Research map

clarify its specific contribution to the interdisciplinary community now starting to converge around the so-called ‘service science’ (Maglio and Spohrer, 2008). As far as the Italian contribution is concerned, a significant step forward in the recognition of its work has been the opening of a section, dedicated to Service Design projects, in the famous Compasso D’Oro design prize⁷, dedicated to Service Design projects. The authors hope that this is a sign for an opening up of the field to the wider Italian Design research community.

⁷ A dedicated thematic commission has been setup for the Compasso D’Oro on Service Design engaging also people from Politecnico di Milano (Giordana Ferri, Stefano Maffei, Beatrice Villari) and Domus Academy (Elena Pacenti).

BIBLIOGRAPHY

- Anceschi, G.** (edited by), (1992a). *Il progetto delle interfacce*. Oggetti colloquiali e protesi virtuali, Domus Academy Edizioni, Milan.
- Anceschi, G.** (1992b). *Choreographia universalis* in Anceschi, G., *L’oggetto della raffigurazione*, ETAS Libri, Milan, 115-148.
- Baek, J. S. and Manzini, E.** (2009). *Designing Collaborative Services on the Digital Platform*, Proceeding of the seventh ACM conference on Creativity and cognition, October 26–30, 2009, Berkeley, California, USA.
- Bertola, P., Manzini, E.** (edited by), (2006). *Design Multiverso*. *Appunti di fenomenologia del design* Polidesign, Milan.
- Bijker, W. E.** (1995). *Of Bicycles, Bakelites, and Bulbs: Toward a Theory of Sociotechnical Change*, Cambridge, MA: MIT Press.
- Bødker, S.** (1991). *Through the Interface: A Human Activity Approach to User Interface Design*. Hillsdale, New Jersey: LEA Publishers.
- Butera, F.** (1988). *Introduction to Barassi, D., La Service Idea*, Sole 24 Ore, Milan.
- Butera, F.** (1990). *Il castello e la rete*, F. Angeli ed., Milano.
- Cipolla, C.** (2007). *Designing for interpersonal relational qualities in services*. PhD diss., Politecnico di Milano.
- Ciuccarelli, P., Ricci D., Valsecchi, F.** (2008). *Handling changes through diagrams. Scale and grain in the visual representation of complex system*. In *changing the change*. Visions, Proposals and Tools. Proceedings, edited by Carla Cipolla & Pier Paolo Peruccio, Umberto Allemandi & C. Editore, July.
- Conditi, R.** (2008). *Soluzioni Abilitanti. Design dei Servizi per un vicinato collaborativo*. PhD diss., Politecnico di Milano.
- De Leonardis, O.** (1995). *Ripensare I servizi sociali*, convegno “Impresa sociale, cooperazione e partnership”, Milan December 14th and 15th.
- De Michelis, G.** (1995). *Ripensare la partnership*, relazione presentata al convegno internazionale “Impresa sociale, cooperazione, partnership”, Milan December 14-15.
- De Michelis, G.** (1996). *Le Istituzioni pubbliche di fronte al servizio: uno sguardo radicale*, Document.
- Eiglier, P., Langeard, E.** (1988). *Il Marketing strategico dei servizi*, McGraw-Hill, Milan.
- Erlhoff, M., Mager, B., Manzini, E.** (edited by), (1997). *Dienstleistung braucht Design*, Luchterhand Verlag, Berlin.
- Franqueira, T.** (2009). *Creative Places for Collaborative Cities*, PhD diss., Politecnico di Milano.

- Gershuny, J. (1978). *After Industrial Society? The emerging self-service economy*, MacMillian Press, London.
- Giarini, O. (1986). *Coming of the Service Economy*, in Science and Public Policy, vol. 13, n.4, August.
- Heskett, J.L. (1986). *Managing in the service economy*, Harvard University Press, Cambridge.
- Jegou, F., Manzini, E. & Meroni, A. (2004). *Design Plan, a tool to facilitate solution oriented partnerships*. In: Manzini, E, Collina, L. and Evans, S., Editors, Solution oriented partnership. How to design industrialised sustainable solutions, Cranfield University, UK.
- Kaptelinin, V. & Nardi, B. A. (2006). *Acting with Technology: Activity Theory and Interaction Design*, Cambridge: MIT Press.
- Lovelock, C.H. (1984). *Service marketing: text, cases & readings*, Englewood Cliffs, Usa, Prentice Hall Inc.
- Maffei, S. and Sangiorgi D. (2006). *From communication design to activity design*, in Frascara, J. (edited by), *Designing Effective Communications: Creating Contexts for Clarity and Meaning*, Allworth Press, New York, 83–100.
- Maglio, P. and Spohrer, J. (2008). *Fundamentals of Service Science*. Journal of the Academy of Marketing Science, 36, 18–20.
- Manzini, E. (1990). *Artefatti. Verso una nuova ecologia dell'ambiente artificiale*, Domus Academy Edizioni, Milano.
- Manzini, E. (1993). *Lo scenario del prodotto -servizio*, in "Area", n°14.
- Manzini, E. (1993). *Il Design dei Servizi. La progettazione del prodotto-servizio*, in "Design Management", n°7, June.
- Manzini, E., Pacenti, E. (1995). *Sustainability as a scenario of services. Environmental quality, social quality, the design of services*, in Design Recherche, n°7, June.
- Manzini, E. (1997). *Dal prodotto al servizio. Le imprese nella prospettiva della sostenibilità*. In Erlhoff, M.; Mager, B.; Manzini, E., (eds.), *Dienstleistung braucht Design*, Luchterhand Verlag, Berlin.
- Manzini, E., Pacenti, E. (1999). *Progettare la qualità dei servizi di cura. Il contributo del design dei servizi*, in Mello, P., (ed.) *Spazi della Patologia, Patologia degli Spazi*, Mimesis, Milan.
- Manzini E, Vezzoli C. (2000). *Product-service systems and sustainability. Opportunities for sustainable solutions*. United Nations Environment Programme, Division of Technology Industry and Economics, Production and Consumption Branch, CIR.IS, Politecnico di Milano.
- Manzini, E. and Vezzoli, C. (2003). *Strategic design approach to develop sustainable product service systems: examples taken from the 'environmentally friendly innovation' Italian prize*. Journal of Cleaner Production, 11, 851–857.
- Manzini, E., Collina, L., Evans, S. (2004). *How to design industrialized*, Cranfield University, UK
- Meroni, A. (edited by) (2007). *Creative communities. People inventing sustainable ways of living*. Milan: Edizioni Polidesign.
- Manzini, E. (2008). *Collaborative organisations and enabling solutions. Social innovation and design for sustainability*, in *Collaborative services. Social innovation and design for sustainability*, edited by F. Jegou and E. Manzini. Milano: Edizioni Polidesign, 29-41.
- Meroni, A., Simeone, G., Trapani, P. (2008). *A vision of an urban countryside. Service Design as a contribution to the rururban planning*, in *Changing the Change. Visions, Proposals and Tools*. Proceedings, edited by Carla Cipolla e Pier Paolo Peruccio, Umberto Allemandi & C. Editore, July ISBN/ISSN: 88-422-1670.4. (<http://www.allemandi.com/cp/ctc/>).
- Meroni, A., Simeone, G., Trapani, P. (2009). *Servizi per le reti agroalimentari. Il Design dei Servizi come contributo alla progettazione delle aree agricole periurbane*, in Ferraresi, G. (edited by). *Produrre e scambiare valore territoriale: dalla città diffusa allo scenario di forma urbis et agri*, Alinea Editrice, Florens.
- Montefusco, P. (1995). *Multimedialità digitale ed evoluzione del panorama dei media: artefatti comunicativi e strumenti progettuali*, PhD dissertation, Disegno Industriale, Politecnico di Milano.
- Morelli, N. (2006). *Developing new product service systems (PSS): methodologies and operational tools*. Journal of Cleaner Production, 14(17), pp. 1495-1501.
- Negro, G. (1992). *Organizzare la qualità nei servizi*, Edizioni Sole 24 Ore, Milan.
- Normann, R. (1985). *Service Management, la Gestione strategica dei servizi*, Etas Libri, Milan.
- Normann R., Ramirez, R (1994). *Designing Interactive Strategy, From Value Chain to Value Constellation*, John Wiley & Sons Ltd, London.
- Pacenti, E. (1993). *Il Design dei servizi*, graduation thesis, Politecnico di Milano.
- Pacenti, E. (1998). *Il Progetto dell'interazione nei servizi. Un contributo al tema della progettazione dei servizi*. PhD dissertation, Disegno Industriale, Politecnico di Milano.

- Pacanti, E.** (1995). *Convergenze possibili*, in Balbo, L., (ed.), Friendly/3, special issue of “Inchiesta”, July-September.
- Pacanti, E.** (1997a). *Qualità sociale e società sostenibile*, in “Domus”, n°789, January.
- Pacanti, E.** (1997b). *Service Design fur altere menschen*, in Erlhoff, M.; Mager, B.; Manzini, E.(edited by), *Dienstleistung braucht Design*, Luchterhand Verlag, Berlin.
- Pacanti, E.** (2006). *Design dei servizi*, in Manzini E., Bertola P. *Design Multiverso. Appunti di fenomenologia del design*, Ed. PoliDesign, Milan.
- Pillan, M., Sancassani S.** (2003). *Costruire servizi digitali*, APOGEO, Milan.
- Sangiorgi, D.** (2004). *Il Design dei servizi come Design dei Sistemi di Attività. La Teoria dell’Attività applicata alla progettazione dei servizi*. PhD dissertation, Disegno Industriale, Politecnico di Milano.
- Sangiorgi, D., Clark, B.** (2004). *Toward a participatory design approach to service design*. In *Artful Integration. Interweaving Media, Materials and Practices*, Participatory Design Conference, Toronto, July 27–31.
- Sangiorgi, D.** (2009). *Building up a framework for Service design Research*. In *Connexity*, 8th European Academy Of Design Conference, April 1st, 2nd & 3rd, Aberdeen, Scotland.
- Shostack, L.** (1982). *How to design a service*, in *Euroepan Journal of Marketing*, vol.16, n.1.
- Shostack, G.** (1985). *Planning the Service Encounter*. In J. Czepiel, M. Solomon and C. Suprenant, eds. *The Service Encounter. Managing Employee/Customer Interaction in Service Business*, Lexington (MA): Lexington Books, 243–253.
- Simeone, G.** (2010). *Cibo per la Città*. PhD diss., Politecnico di Milano.
- Susani, M.** (1997). *Interaktion mit service*, in Erlhoff, M.; Mager, B.; Manzini, E., (edited by), *Dienstleistung braucht Design*, Luchterhand Verlag, Berlin.
- Van Halen C., Vezzoli C. e Wimmer R.** (2005). *Methodology for Product Service System Innovation. How to develop clean, clever and competitive strategies in companies*, Koninklijke Van Gorcum BV, Assen.
- Thudichum Vasconcelos** (2008). *A. Future Food. Towards Sustainable Food Pattern*, PhD diss., Politecnico di Milano.
- Vergragt, P.J.** (2000). *Strategies Towards the Sustainable Household*, Final Report, SusHouse Project, Delft University of Technology.

**KIRSIKKA VAAJAKALLIO**

Aalto University of Art and Design, Helsinki, Finland

VILMA LEHTINEN

Helsinki Institute for Information Technology HIIT, Helsinki, Finland

PETER KAARIO

Aalto University of Art and Design, Helsinki, Finland

SOMEONE ELSE'S SHOES

– Using Role-Playing Games for Empathy and Collaboration in Service Design

BY KIRSIKKA VAAJAKALLIO, VILMA LEHTINEN, PETER KAARIO, TUULI MATTELMÄKI, KAI KUIKKANIEMI & VESA KANTOLA

Skratt och entusiastiska röster fyller en stor föreläsningssal när fyra grupper – en blandning av företagsledare, designer och ingenjörer – spelar ett rollspel. Rollspelet är framtaget för att hitta nya samarbetsmöjligheter i samband med utformningen av tjänster som riktar sig till flera olika intressenter. Rollspelet utvecklades under ett forskningsprojekt där forskare från Aalto-universitetet och Forskningsinstitutet för informationsteknologi HIIT deltog.

De starka sidorna i rollspelsstrategin handlar om berättandestruktur och rolltagande. De berättelser som genererades i spelet var delvis baserade på spelarnas egna tidigare erfarenheter. I samarbetet som berättelserna skapade finns flera potentiella designöppningar, nya scenarier och tjänster ”producerades” allteftersom historien utvecklades. En iakttagelse var att spelets första scenerier är ytterst viktiga för

hur de fortsatta diskussionerna mellan utövarna växer fram allt eftersom.

Projektet har ännu inte resulterat i något konkret designresultat. Däremot visade rollspelet på potentiellt intressanta möjligheter till vidareutveckling. Med utgångspunkt från erfarenheterna i projektet föreslås att rollspel av detta slag, baserat på användarnas förståelse, används för att stödja utvecklingen av tjänsteföretag.

**TUULI MATTELMÄKI**

Aalto University of Art and Design, Helsinki, Finland

**KAI KUIKKANIEMI**

Helsinki Institute for Information Technology HIIT, Helsinki, Finland

**VESA KANTOLA**

Helsinki Institute for Information Technology HIIT, Helsinki, Finland

ABSTRACT

Laughter and enthused voices fill a large lecture room when four groups, of mixed managers, designers and engineers, play a Character Game: a game that combines elements from tabletop role-playing games and personas. The game has been developed to share user data and find new collaboration opportunities in service design projects involving a network of diverse stakeholders. This article introduces the background of the game, the case in which it was developed, and reflects upon its potential in supporting service design.

INTRODUCTION

Companies that earlier focused on manufacturing and selling products to customers are now developing services. The objective in service logic is “assisting customers in their own value-creation process” (Mattelmäki, 2006). In this transformation, companies are looking for ways in which to collaborate in networks. In addition to strategic relationships as a component, service design is about understanding context, customer values, and service experiences. Companies need to identify users’ needs and wishes through user-centered design (UCD) processes and tools. Being user-centered is not only necessary for user insight specialists; many stakeholders need to become familiar with the users, their practices and values, and innovate services inspired and informed by these insights.

Creative user study methods, such as empathic probes, have been suggested as ways to support user orientation and design empathy (e.g. Mattelmäki, 2006). Yet, in many cases it is unfeasible to involve all the stakeholders in user studies. The literature focusing on service design does not suggest how to organize collaborative design processes that would bring together the whole service network. In service design an understanding of the complex service ecology is needed in order to create consistent customer journeys and hence positive use experiences. Service ecology is a systemic view of the service and the context. It is a map in which “the actors affected by a service and the relationships between them reveal new opportunities and inspire ideas,” in order to establish the overall service concept (Moggridge, 2007). We use the concept of a service network to refer to the stakeholder companies involved in the service ecology.

We believe that a method for communicating user knowledge from researchers to a service network should take into account four aspects: building empathy towards users; bringing inspiration in addition to information; balancing between individual interpretations and collaborative actions; and indicating opportunities for new partnerships.

In this article we discuss how design games, personas and role-playing can be combined to support these aspects in service design.¹⁾

MIXING DESIGN GAMES, PERSONAS AND ROLE-PLAYING TO ILLUSTRATE SERVICE ECOLOGY

In developing a service design method that illustrates a complex service ecology to diverse stakeholders, we are inspired by design games, personas and role-playing.

Design games

Holmlid (2009) suggests that service designers should consider methods and experiences gained during the last few decades within the Participatory Design (PD) approach. We could not agree more: the multidisciplinary nature of service design especially points to the same direction. PD has emphasized the need for collaboration among designers and users, whereas service design has been extended to cover the wider spectrum of professionals, decision-makers etc. typical for many complex design projects nowadays. To overcome distinct professional language barriers Ehn and Sjögren (1991) developed several design games, which provided designers and users a common vocabulary. Others (e.g. Brandt 2006) have followed this example and claimed that design games are particularly good for creating a common language among several stakeholders. Design games as described by Brandt (2006) are generative, sensitive, visual and playful tools aimed at sensitizing the imagination and facilitating exploration in co-design settings. According to Brandt, design games work especially well for changing perspectives and building scenarios. Changing perspectives is particularly important when building an understanding of the users and evoking empathy towards them. A source of inspiration for us was Johansson's (2005) design game for collaborative storytelling based on ethnographic material. Whereas Johansson used videos, we used printed still images and quotations from interviews.

Personas

The roles the players have in the Character Game illustrate possible users or 'characters' somewhat similar to personas (Cooper 1999). Cooper's basic assumption regarding personas as a method for user-centered design is thus: "Develop a precise description of our user and what he wishes to accomplish" (Cooper 1999). We used personas as inspiration when considering ways to provide necessary specifications needed to reach realistic characters in the role-play. Design methods for collaboratively constructing personas have been developed, such as the "personal card set" by Visser et al. (2007). We go beyond this by inviting participants first to complete character templates and subsequently to play these out in a role-playing game.

Role-playing

Besides design games, several studies have applied role-playing as a way of incorporating the users' viewpoint. For example, experience prototyping (Buchenau & Fulton Suri 2000) has been introduced to deepen designers' understanding of other people's experiences by trying things out themselves. Similarly, theatre methods have been adapted to design processes (e.g. Mehto et al. 2006; Brandt & Grunnet 2000) to explore new design opportunities by acting out scenarios that highlight users' experiences. From Hitchens and Drachen's (2008) deconstruction of role-playing, we derive the following elements: The character, which the player uses to interact with the game world, a game world in which the characters live, and a strong narrative compared to other games. We include characters, a game world and narratives in our understanding of role-playing, and show how these elements support the sharing of user data in a multidisciplinary service design project. The difficulty in encouraging participants to act, as reported by e.g. Seland (2009) and Iacucci et al. (2000), guided us towards tabletop role-playing games. Tabletop role-playing games do not demand as much bodily engagement as live role-playing resembling drama methods used in UCD (e.g. Iacucci et al. 2000; Brandt & Grunnet 2000) and service design (Holmlid & Evenson 2006; Pollak 2008). The players sit around a table, and the story is acted out verbally. In service design the interest is placed on intangible aspects of use experience in which the tangible artefacts (while important to the experience) may change during one customer journey. Tabletop role-playing in service design allows moving between a wide overview of the service ecology and moments of truth on a customer journey. This is essential in cases such as the one at hand, in which a product is merely one part of a customer journey involving many stakeholders.

THE CASE

The development of the game was a part of a case study organized in collaboration with KONE.²⁾ The case focused on senior houses and people flow, i.e. moving in and around the building. The main reason for developing a new design

1) The Character Game was developed in the ongoing project "Extreme Design – developing extreme service design methods" (2008-2010), which studies how design games and drama methods can support multidisciplinary service design. This article is a reworked version of a paper presented in the first Nordic Service Design Conference in Oslo.

2) Kone is global elevator and escalator manufacturer, and the R&D department we worked with is based in Finland.

method for this particular case was that instead of looking solely at the manufacturing of a particular product, it was essential for all the stakeholders – the elevator manufacturer, a construction company, and a housing company – to gain an overview of the service ecology. If we had focused only on tasks the elderly would have been conducting with the elevators, the understanding of service ecology would have been missing.

The Character Game has been developed to be applicable to variable user data. In our case, the game was built from the user data gathered by the usability experts from KONE during February 2009. It consisted of 28 interviews with people living in seven senior houses in Helsinki, Finland. The interviews were conducted as contextual inquiries, which were taped and transcribed. The service level of the houses varied; some were similar to ordinary apartments while others were more akin to a nursing home and were thus staffed around the clock. The physical health of the residents also varied, as their need for services ranged from people unable to move unassisted to active and healthy seniors.

THE GAME MATERIAL

Like Iacucci et al. (2000), we applied vocabulary from role-playing games, which is explained in the following:

A game world: At the beginning of the game, printed images and quotes from the user study were placed on a paper (size A2) to build a *game world* that illustrated the senior house. This was done before the actual playing phase to visualize the context and open the dialogue related to senior housing. In the first game it hung on the wall, while in the second it was on the table as a game board.

Game rules: On the table we had *game rules* describing the principles of the game and how it proceeds. This also contained a description of the senior house the characters live in, in the year 2012. The context was transported to the near future in order to give room for re-imagining technologies. This document was mainly a handout for the facilitators.

First scene: The game rules also contained *the first scene* that the facilitator reads out aloud to help the participants to get the ball rolling.

Characters: Six different *character templates* were dealt out to the participants when the game started. From these templates everyone chose one as the basis for her/his role. They included several specifications to support the role-playing, mainly quotes from the interviews which gave hints about personalities and disabilities. There was

a place for a picture and underneath a brief text that described a character and his/her motivations in life. All the information was taken from the user data. Things excluded from the templates were gender, careers, family ties and other personal information that was left to the participants to decide at the beginning of the game.

Random factor card: To make the character creation more playful one *random factor card* was distributed to every player. It contained some secret background information about the character that could be used in the game: "You have won the lottery" or "You have bypass surgery scheduled in two months."

Cards with images: *Cards with images of elderly people* were offered for selection as an image to represent the character. The picture was placed in front of the player on the table as a reminder. After the game the images were placed on the character templates to complete the character.

Weekly schedules: There were also two distinct *weekly schedules* which varied in service level. These presented possible situations that may take place in the senior houses. The group chose one of them to drive the events as the game unfolded.

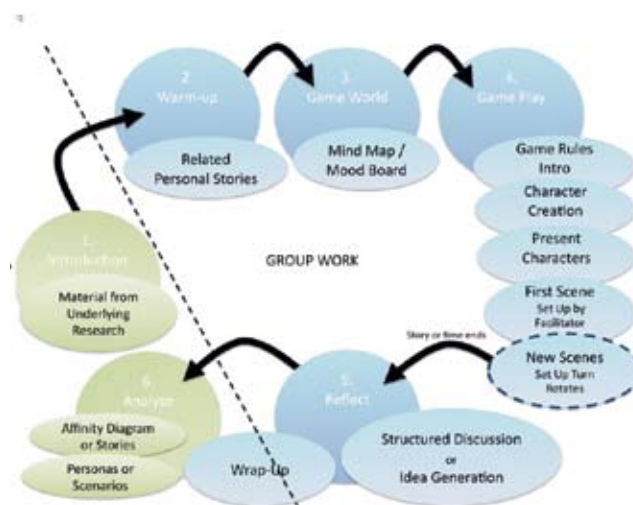


Figure 1. An overview of the Character Game process.



Figure 2. An example of the *game world* created at the beginning of the game.

THE UNFOLDING OF THE CHARACTER GAME

The unfolding of the Character Game is based on *scenarios* or *scenes* situated in the game world. A scene is introduced to others by *the director of the scene* (not the same person as the facilitator) who describes what happens in the scene by *framing* it. For example: "Ella and Aleksi are going to the pharmacy to get their medication. When they arrive at the elevator they notice it has broken down. They try to figure out who to notify. The scene ends when they decide to call for a janitor." After the framing, the scene is acted out by those whose role characters are in it. Every player has their turn as a director and is thus in charge of at least one scene. If the director has difficulties with the framing, the facilitator helps. The director also decides if there are non-player characters in the scene, such as a nurse or seniors' relatives. If required the facilitator can then step in to be a non-player character.



Figure 3. Images of the role characters and a completed character template.

GAME SESSIONS

The Character Game was conducted twice with distinct focuses. The first focus looked at opportunities for collaboration whereas the second game focused on evoking discussion around the seniors' world. The number of the players in a group varied from four to six plus the facilitator, who starts the game and supports its unfolding but does not participate in the role-playing actively.

The first Character Game

The first game was arranged in March 2009 and had players from three companies involved, all of them already operating and offering services in senior housing but looking for new potential. Seventeen participants were divided into four groups with one facilitator in each. The main objective was to discover openings for novel partnerships based on the user data. We expected the role-playing to help players to identify meaningful themes from the participating companies' and from the seniors' point of view in particular. Since the participants did not know each other beforehand, the play-format was used to create a relaxed and inspiring setting for collaboration. Tangible outcomes from the game session included several character templates filled in by the participants and a list of concepts that could involve all the participating companies. Altogether it took three-and-a-half hours, including a brief sensitizing task to tell a short personal story involving seniors, and the discussion wrap-up.

The feedback indicated that the game provided the relaxed atmosphere we desired. The game proved to be helpful in illustrating the service ecology and consequently indicated touchpoints where the service providers could collaborate. As a negative response, the participants felt that being the director of the scene was difficult and lacking enough support. We were unsatisfied with the game world creation, since all the participants did not place the images and quotes on the paper that represented the senior house.

The second Character Game

The overall aim of the second game was to share the user data within KONE and elaborate the game further. Besides the facilitators, there were seven participants from KONE and two from the Extreme Design research team divided into two play-groups. The two facilitators were the same as in the earlier game so they were already familiar with the material. The game rules and material remained largely the same, aside from a few changes made based on our observations. Firstly, to activate every member of the group from the beginning, the game world creation happened by standing next

to the table instead of sitting around it. In addition, to speed it up, we did not start with an empty paper as in the first time, but the main headings were already on the paper. The number of images was also reduced by half from about one hundred. These changes led to a more equal participation. However, it is impossible to say how much this was due to the different changes in the setting or to other factors, such as group dynamics.

Secondly, we changed the first scene to see whether this would change the unfolding and outcomes of the game. This time one group started with a dramatic scene involving a fire and the other a social scene involving a get-together. This pointed out the influence of the first scene on the topics that appeared to be meaningful for the characters: for instance, when the first scene was about smoke in the corridor, safety became a central issue discussed throughout the game. As the first game session was lacking in enough support for framing of a scene, we created Situation Cards for the second game. They contained clues to build the scene such as "There is a stranger among you" or "A rapid change in your life". The situations were also derived from the user data. The cards were provided before every framing to help the director to come up with ideas for the scene. As expected, the directors often utilized the Situation Cards in addition to the weekly schedule.

As in the first game, the overall attitudes towards the game were positive. The way the players described the overall feeling of the game session varied from being "relaxed", "inspiring", "eye-opening" and "positive". The framing of the scenes were still considered the most difficult part of the game, even if we had tried to ease it with the Situation Cards.



Figure 4. Game material on the left; one play-group building the game world on the right.

5 EVALUATION

To evaluate the Character Game and develop it further, both game sessions were video recorded. Each session ended with discussions on the user insights and thoughts about the game itself. The topics of discussion touched upon participants' opinions on how well the game managed to evoke inspiration and information, what was felt as difficult or easy, how they regarded the atmosphere, and if they gained insights valuable in their work. Feedback was gathered also through email questionnaires with more than a dozen open questions. The questionnaire focused on the same topics as the end discussion. Nine out of roughly twenty participants returned their answers. We also conducted several informal discussions with the participants and many meetings among the researchers.

For design purposes, i.e. supporting recall and further development of the ideas discussed during the game, we created a visual booklet with the identified themes and initial ideas for services and collaboration. As a follow-up from the two games we organized a half-day concept development session at KONE. Later we also built an exhibition to introduce some of the characters created by the players and the main themes identified during the games.

As described at the beginning of this paper, there are four aspects a useful tool for service design should consider. Through the process of designing, playing, reflecting on and analyzing the Character Game, we have identified certain features that address these aspects:

1. **To support design empathy**, the game should help the participant to look at the world from a different angle, from the perspective of the users, seniors in this case. Narration and structured role-playing transform the user data into three-dimensional people. Even though the stories were placed in the game reality, the motifs and content were drawn from the user data and reflected the players' own experiences, assumptions, and attitudes as well. We believe that supporting this quality of recalling memories highlights the empathic feature of the Character Game. Many participants mentioned that the Character Game opened up the world of the users, their values, needs, and problems to them in a new way.
2. **To transfer knowledge and arouse inspiration**, the game should include both play-elements and relevant content. In the Character Game we introduced play-elements such as role-taking, random factor cards, turn-taking and the game world but grounded the activity in the themes found in the field data in order to enable playing with purpose. Letting the players create their own character was important to make them think about the values,

life situation, needs and desires that should all direct the actions during the game. It seemed that by utilizing their own insights while building the role, the characters became detailed enough to feel “real”. In order to maintain the link to the original user data the balance between the given information and the participants’ input is essential – the character template ensured this.

3. To allow both individual reflection and collaboration, in the Character Game everyone had their own role and a turn as a director of a scene, but the performances were joint efforts including everyone’s contribution. None of the game sessions ended with one coherent goal but instead pointed to many possible directions; the game worked well for new openings but lacked the evaluation of them.

4. Considering the opportunities for new partnerships is of special interest in multidisciplinary service design cases. Through the scenarios the whole service ecology became visible without putting too much emphasis on the details, thus allowing a holistic view on the services. In the character game the game world created, the senior house with its weekly timetable and the character templates provided starting points for the role-playing; the social encounters taking place in the senior houses were used as triggers for ideas. The game pointed out the opportunities to combine the knowledge and interests of the three companies present in the first game.

Finally, we want to consider some limitations of the Character Game. The work context creates demands for the game to be fun and relevant at the same time, leading to the challenge of design games in general: they are context specific and thus often regarded expensive to conduct. The first phase of creating the Character Game was time-consuming, as it included the conducting of field studies, making sense of them and transforming the material into game material. However after the game was designed, we were able to introduce the user data to around 30 persons during two half-day game sessions.

The facilitator’s input has been mentioned an essential factor for the success of a role-playing workshop (Seland 2009). In the character game, the facilitator’s influence on the unfolding of the game was minimized. This led to uncertainty for the players who had to come up with the scenes. The reason we did not provide the scenes or involve a game master in the game, as Iacucci et al. describe (2000), was two-fold: to empower the players to choose themes that they find interesting, and to force them to process the data.

Nonetheless, based on the feedback, the tactics to support the directors in future games must be reconsidered, perhaps by following the model by Iacucci et al. (2000) and demonstrate at the beginning of the game how it is played. For the facilitators the Character Game gave rules on leading the session, but also demanded the sensibility to realize when to stop the game and how to maintain the flow when it was reached. However, in all our games, both the more experienced facilitators as well as the ones with no experience managed to do it well.

6 CONCLUSION

In this paper we have described the Character Game developed during a research project. It is a tabletop role-playing game intended for service design to support the sharing of user data, and to discover collaboration opportunities within service networks of diverse stakeholders. The strengths of the role-playing approach are the storytelling structure and the role-taking. The stories generated in the game were partly based on the players’ own past experiences and partly prompted by the game material. The co-created stories included several potential design openings; new scenarios and services were “produced” as the story evolved. Our observation that differing first scenes given to the teams led to different discussions indicates that the first framing should be considered very carefully. The project has not yet resulted in any realized design outcomes. However, our game showed interesting opportunities to further develop existing co-operation for the companies participating in the game. Thus, based on the experiences gained in this project we propose that it can be applied to support service business development based on user understanding.

Acknowledgements

The project is funded by TEKES, with much appreciated support from KONE, OP-Pohjola, Idean, and Palmu Inc. Thanks for the comments and many discussions with the research group: Anu Kankainen, Petri Mannonen and Mikael Runonen.

This is an adapted version of an article from The First Nordic Conference on Service Design and Service Innovation.

REFERENCES

- Brandt, E.** (2006). *Designing Exploratory Design Games: A Framework for Participation in Participatory Design?* In Proc. Participatory Design Conference 2006, ACM Press, Italy
- Brandt, E. & Grunnet, C.** (2000). *Evoking the future: Drama and props in user centered design.* In Proc. Participatory Design Conference 2000. New York, USA
- Buchenaus, M. & Fulton Suri, J.** (2000). *Experience Prototyping.* In Proc. DIS 2000 conference, Designing Interactive Systems, New York: ACM Press, pp. 424-433
- Cooper, A.** (1999). *Inmates are Running the Asylum: Why High-Tech Products Drive Us Crazy and How to Restore the Sanity,* SAMS, A Division of Macmillan Computer Publishing
- Ehn, P. and Sjögren, D.** (1991). *From System Descriptions to Scripts for Action in Greenbaum J./Kyng M. (eds.): Design at Work Cooperative Design of Computer Systems,* Lawrence Erlbaum Ass., pp. 241 - 268
- Hitchens, M. & Drachen. A.** (2008). *The Many Faces of Role-Playing Games,* In International Journal of Role-Playing, Issue 1.
<http://journalofroleplaying.org/>
- Holmlid, S.** (2009). *Participative, Co-operative, Emancipatory: From participatory design to service design.* In DeThinkingServiceReThinkingDesign – the First Nordic Conference on Service Design and Service Innovation, Oslo, Norway. www.aho.no/ServiceDesign09
- Holmlid, S. & Evenson, S.** (2006). *Bringing design to services.* Invited to IBM Service, Sciences, Management and Engineering Summit: Education for the 21st century. New York, October .
- Iacucci, G.; Mäkelä, A.; Ranta, M. & Mäntylä, M.** (2000). *Visualizing Context, Mobility and Group Interaction: Role Games to Design Product Concepts for Mobile Communication.* In COOP'2000, 23-26 May 2000, IOS Press, 2000, pp. 53-65
- Johansson, M.** (2005). *Participatory Inquiry – Collaborative Design. Doctoral dissertation,* School of Engineering, Blekinge Institute of Technology 2005. Sweden
- Mattelmäki, T.** (2006). *Design Probes.* University of Art and Design Helsinki, Publication series A 69, Finland
- Mehto, K.; Kantola, V.; Tiitta, S.; Kankainen, T.** (2006). *Interacting with user data: Theory and examples of drama and dramaturgy as a method of exploration and evaluation in user-centric design.* In Interacting with Computers, Volume 18(5) September 2006, pp.977-995.
- Moggridge, B.** (2007). *Designing interactions.* The MIT Press. p. 421
- Pollak, L.** (2008). *Myths of Service Innovation.* International DMI Education Conference Design Thinking: New Challenges for Designers, Managers and Organizations, 14–15 April 2008, ESSEC Business School, Cergy-Pointoise, France.
- Seland, G.** (2009). *Empowering End Users in Design of Mobile Technology Using Role Play as a Method: Reflections on the Role-Play Conduction.* M. Kurosu (Ed.). Human Centered Design, HCII 2009, LNCS 5619, pp. 912–921. Springer-Verlag, Berlin Heidelberg.
- Vargo, S. L. & Lusch, R. F.** (2008). *From Goods to service(s): Divergences and convergences of logics.* Industrial Marketing Management, 37. pp 254 – 259.
- Visser, S., Van der Lugt, R., & Stappers, P. J.** (2007). *Sharing user experiences in the product innovation process: Participatory design needs participatory communication.* Creativity and innovation management, 16(1), 35–45.

**JUDITH GLOPPEN**

PhD candidate, The Oslo School of Architecture and Design (AHO), Norway

SERVICE DESIGN LEADERSHIP

BY JUDITH GLOPPEN

Tjänstesektorn dominerar numera i många västerländska ekonomier. Innovationsprocesser för att förbättra och omforma det sätt på vilket organisationer och företag levererar tjänster kräver samarbete från flera plan, bland annat kompetens inom design- och strategiskt ledarskap. Organisationernas ledare är sällan formgivare. Men de är en del av design- och innovationsprocessen; de måste skapa visioner och ta strategiska, designrelaterade beslut. Den växande tjänsteekonomin kräver nytänkande vad gäller ledarskapsrollen. Professionellt utbildade formgivare bör inta ledarroller i tjänsteorganisator, och värdet av "tyst design" på ledningsnivå bör uppmärksammas. Ett öppet samarbete mellan ledning och tjänstedesigner kan komma att kräva en ny mentalitet och en ny inställning till ledarskap inom tjänstesektorn för att ta fram designinspirerade tjänsteinnovationer.

ABSTRACT

The service sector is now dominant in many western economies. Innovation processes to improve and redesign the way organizations deliver services demand collaboration from multiple sources, including competence in design and strategic leadership. How businesses understand and organize design activities can have a profound impact on the innovation process and outcome. Organizational leaders are often not designers. However, they are part of the design and innovation process in creating the vision and by making strategic, design-related decisions to obtain the envisioned future. The emergence of the service economy calls for rethinking within leadership. The term *service design leadership* is developed further to reflect a new attitude towards leadership in the service economy in response to the characteristics of services.

INTRODUCTION

Research shows there is a growing consciousness of the value of design and design management (Borja de Mozota 2003; Cooper & Press 1995; Press & Cooper 2003) and the value of design as a strategic tool which may unlock innovation in business (Norwegian Design Council 2009). In addition, the value of design in the innovation process has been experienced by companies and described in numerous case studies communicated in both business and design literatures.

However, many of these studies are based on *product* design, and business leaders may be less conscious of the value strategic design may bring to the process of creating visionary service strategies and the actual design of innovative *services*. The value of service design as a strategic resource for service organizations still remains to be broadly researched.

The field of design has undergone considerable change and development in line with shifts from an industrial economy to a service economy. However, there is a gap between changes that have taken place in the field of design and ones in business about designers' skills and competence when the aim is to develop innovative *services*. The term Service Design Leadership (Gloppen 2009 b) is taken up as a way of accentuating a leadership approach that is informed by design and the characteristics of services.

SERVICE DESIGN LEADERSHIP – SOME PREMISES

In the context of this paper, the term design refers to methods and processes used by professional trained designers. Service designers apply these design processes and methods to the development of services. Services often consists of a combination of tangible and intangible 'products' that require multi-disciplinary design and leadership in order for customers and participants to access them effectively and to make use of them enjoyably.

Services need to be seen in relation to context of culture, the development and application of strategy, the formation and enactment of structures and processes, and the strategic management of these in a holistic system in the service organization (Normann 2007). Services are designed in a system of touchpoints where one element influences the other along the customer journey. *Touchpoints* refer to the multiple contact points between service providers and their customers. The sum of touchpoints and interactions between service provider and customer together constitute a *Customer Journey* – or a *Service Journey*.

Service-dominant (S-D) logic was introduced by Vargo and Lusch (2004) to refer to 'service provision rather than goods is fundamental to economic exchange'. In line with this view, the design of services becomes an important topic from both a design and an organizational leadership stance. Adding design thinking and the attitude of service designers to the S-D logic view of the value of co-production may enable new perspectives and possibly a more human-centred view to be developed with respect to the conceptual service management system (Normann 2007). This framework may contribute to a holistic approach to service design leadership.

Further, in the context of this paper *Service Design*

Leadership is an approach where leaders in service organizations understand and use the power and value of design and design thinking's contribution to a visionary strategy process intended to create innovative services. Thus Service Design Leadership is located in the intersection of design and organizational leadership. It combines approaches and tools from both design and business in a service context (Fig. 1). This intersection is vital because it emphasizes the importance of perspectives originating in design thinking and related attitudes to shaping changing notions and practices of service design.



Fig. 1. Service Design Leadership at the intersection of design and organizational leadership combines knowledge, methods and tools from design and business in a service context.

The *leadership* approach adopted here draws on Kotter's (1996:71) explanation that leadership creates 'a sensible and appealing picture of the future' (vision) and creates 'a logic for how the vision can be achieved' (strategy). *Design leadership* draws on the definition by Turner that 'design leadership is about helping organisations to envision the future and to ensure design is used to turn those visions into reality' while 'design management is about delivering successful design solutions in an efficient, cost effective way' (Turner, in Best 2006:186). This paper does not discuss leadership versus management in depth. The distinction is merely made to substantiate the strategic level to which service design leadership belongs.

DESIGNING SERVICES

Design and design-inspired innovation have become part of today's business strategy and management. As with any other competence areas within business, the discipline of design has to be managed holistically in order to create value for customers, the organization's employees and the organization's return on investment. The discourse of design management has developed on strategic, tactical and operational level (Cooper & Press 1995; Borja de Mozota 2003). At the strategic level, the term 'design leadership' is used by some practitioners and scholars (Turner & Topalian 2002; Topalian 1990). This development is not at present

linked to services. However, in the same way that design of products has become central to management and leadership, we may expect the same to happen to design of services. While traditional product-based organizations are now also offering value-added services, designing services may or may not include designing tangible products. However, to design services that aim to be experienced by customers in coherent and selective ways across multiple touchpoints, a wide spectrum of design disciplines need to work together. To obtain the aim of a perceived coherent and desirable service experience, these design disciplines need to be linked to and managed in a strategic context at the service provider's leadership level (Gloppen 2009a). Further, in the process of designing innovative services, the role of leadership is influenced by the characteristics of services.

CHARACTERISTICS OF SERVICES

An organization's offering often includes both tangible goods and intangible services (Hollins & Hollins 1991). Kotler and Armstrong (2006:258) list four special characteristics of services: intangibility, inseparability, variability, and perishability. By service *intangibility* they mean that 'services cannot be seen, tasted, felt, heard, or smelled before they are bought.' In service *inseparability*, 'services are produced and consumed at the same time and cannot be separated from their providers.' Service *variability* acknowledges that 'services may vary greatly, depending on who provides them and when, where, and how.' Finally, service *perishability* refers to the state that 'services cannot be stored for later sale or use.'

The distinction between product and services may be vague as a tangible product is often part of an intangible service. However, there are differences that may influence the leadership role, for example divergences related to inseparability and variability in interactions between service provider and service receiver. Interactions may be either between persons, or between persons and machines. In contrast to customers' relation to manufactured products, the service experience may be influenced by the fact that services often require greater interactions between service provider and the customer, or the customer's interaction with other customers while 'consuming' the service (Normann 2007).

From a marketing perspective, the characteristics of services influence the elements that are traditionally focused on in a marketing strategy. Booms and Bitner (1981) proposed the idea of adding three new elements to the traditional marketing mix for use by service organizations. The four elements (4 Ps) in the traditional marketing mix, as described by Kotler (1994:98) are: *Product, Price, Place and Promotion*. The

new elements suggested by Booms and Bitner are: *Physical evidence* (environment), *Participants and Process*. Together they may be referred to as the 7 Ps of service marketing (Lovelock et al. 2009). This service perspective represents key strategic elements in design of services and, consequently, service design leadership as well as service marketing.

The expanded marketing mix clearly acknowledges the role of the service provider's employees, the environment in which interactions between service provider and customers (and sometimes between customers) take place, and the system of activities the process of delivering services require at different organizational levels. The three Ps are particularly important in services, which are provided by people more than machines.

COLLABORATIVE DESIGN OF THE CUSTOMER'S SERVICE JOURNEY

Services are at times produced jointly by the service provider and the customer and the interaction influences the experience on both sides. Both parties control only parts of the service production process. Shostack (1984) introduced the *service blueprint* to create a context in which service providers may control every step of the service process. Shostack's blueprint method describes the interrelated parts of a service production and delivery process. In service design, a method of mapping all touchpoints and interactions between the service provider and the customer are employed in order for each touchpoint to be designed with the customer at the centre. In the language of service designers, the term for this system of touchpoints that influence each other are Service Journey or Customer Journey.

Mapping the Customer Journey may be done in collaboration between service provider and service designers. The learning outcome for the organization by cooperating with service designers may be valuable also on a strategic level. This may be achieved through the shared use of design methods and processes that may in turn contribute to a new mindset and attitudes towards service design leadership.

Designing services is often based on knowledge gained from many fields and disciplines as it often includes both tangible goods and intangible services. Thus, service design leadership involves considerable interaction among different stakeholders and specialists. Design categories like graphic design, interaction design, industrial design, and interior design may all be part of designing services, for example developing transportation services. To create a beneficial, coherent customer experience, service design leadership needs to be approached in an integrated, multi-disciplinary

way, where all the 7 Ps of the expanded service-marketing framework are adopted to design each touchpoint in a customer-centric way. The perceived customer experience affects the market position. As 'the basis of any service positioning strategy is the service itself' (Shostack 1987:34), designing innovative services becomes an important part of organizational leadership and is influenced by the way design is managed at different levels in the organization.

THE ROLE OF DESIGN LEADERSHIP AND DESIGN MANAGEMENT – MUTUAL DEPENDENCY

The development of new services requires strategic direction. The fuzzy front end of innovation is where leadership by strategic thinking and decision-making take place. Service design leadership, therefore, belongs at the starting point of innovation strategy. Service design management then comes into play in the subsequent implementation phase.

Design management has to do with the business side of design, according to the Design Management Institute. However, a critical obstacle to establish design management's credibility as a rigorous business discipline is the lack of consensus on what design management encompasses (Topalian 1990). Several researchers link design management to business management and leadership issues (Borja de Mozota 2003; Press & Cooper 2003; Cooper & Press 1995; Dumas & Mintzberg 1989; Gorb & Dumas 1987). These studies often focus on the value of design for business and on influences on decision-making by different stakeholders.

Similar to in marketing, design in a Design Management view, is active at three levels in organizations: strategic, tactical and operational. Design leadership belongs at the strategic level. Design management is at the tactical and operational level. Both design leadership and design management are necessary to get optimal value from service design. Design leadership is needed to know where the business is going. Design management is needed to know how to get there (Turner & Topalian 2002).

THE DESIGN FIELD IN THE SERVICE ECONOMY

Design is evolving from a product-based practice born of the industrial age to a process driven practice and profession in the service economy. A variety of design disciplines may work in collaboration in the field of service design. One such design discipline is interaction design, which has influenced the development of services both in the meaning of digital interaction design (Holmlid 2007, 2009) and in the meaning of how human beings relate to other human beings (Buchanan 2001).

Although the domain of service design is relatively new, it is expanding rapidly. Examples of pioneering design companies offering service design are live|work, IDEO and Engine service design. However, an increasing number of companies now offer service design as a resource to businesses and organizations to help them adapt to changing markets, and the needs and desires of their customers. Service design is a response to the service industries' recognition that their customers are now looking for a 'totality' of services of high quality (McDermott 2007).

In line with the emerging interest in service design, a growing body of research within studies of service design practitioners and transfer of knowledge and approaches between service designers and service organizations (Kimbell 2009, 2010) has emerged. This also extends to consideration of the implications of service design on organizational transformation (Junginger & Sangiorgi 2009). This research is contributing to academic literature within the fields of design, organizational theory and management.

SERVICE DESIGN LEADERSHIP – COMBINING APPROACHES FROM BUSINESS AND DESIGN IN A SERVICE CONTEXT

Service Design Leadership by non-designers

The process of designing services involves people at different levels in a service provider's organization. Leaders have a critical role to play here though this may not be explicit in terms of design. Leaders of these organizations are often not professionally schooled designers. However, they are part of the design and innovation process through their involvement in creating visions and strategies, and in making design-related decisions to obtain the envisioned future. These design leaders influence the design process, often in unacknowledged ways.

Gorb & Dumas (1987) coined the term *silent design* to describe this activity. They define silent design as 'design by people who are not designers and are not aware that they are participating in design activity' (Gorb & Dumas 1987:150). The term silent design has been taken further by Dumas & Mintzberg (1991) to address how the role of *manager as designer* can have a profound impact on innovation. Managers and leaders practice silent design by the many decisions taken when they enter into the design process, whether they or others are unaware of their impact. Dumas & Mintzberg (1991) argue that 'this role of manager as designer is hardly mentioned in the literature, and barely acknowledged in business practice'.

The importance of ‘silent designers’ resonates with Topalian’s (1990) statement that ‘business executives make up the most powerful body of “designers” in the world’. He argues that the outcomes of design projects, and how solutions are presented to the market, always rests with these executives.

Enlightened understanding of the context for design within an organization may turn unconscious ‘silent designers’ into conscious strategic ‘design thinkers’, meaning a leadership attitude that acknowledges the power and value of design, and include design thinking in their service design leadership approach.

Design thinking and design attitude

The terms design thinking and design attitude are associated with the designer’s mind-set and approach to problem solving, problem finding, and design methodology used to design experiences and organizations in addition to the process of designing innovative services. In the service industry they may be connected to an empathetic user-focused approach to problem solving and service innovations. Designers make use of visualization, ethnographic research, divergent idea generation, synthesising, and their empathic skills, to mention some methods and processes generally associated with designers. Junginger (2007) argues that a key skill for designers is learning to empathize and that visualizing plays a significant role in designing, as does prototyping.

Recently, the discourse of design thinking and design attitude has been extended into discussions of how design thinking and design attitude can create value in an organizational and management context (Boland & Collopy 2004, 2008; Buchanan 2008). Design-inspired innovation (Utterback et al. 2006) is being recognized and has contributed to raising the present interest of the business world in design and design thinking.

Design thinking in a business context is defined by Brown (2008:86) as ‘a discipline that uses the designer’s sensibility and methods to match people’s needs with what is technologically feasible and what a viable business strategy can convert into customer value and market opportunity’. Although Brown is pointing to designer’s sensibility and methods, he also argues that design thinking is not the exclusive territory of designers, but a skill that can be learned to achieve successful innovation. He states that design thinkers are not necessarily created only by design schools. Brown’s experience is that many non-designers have a natural talent for design thinking, which the right development and experiences can unlock.

According to Brown (2008:85) ‘thinking like a designer can transform the way you develop products, services, processes – and even strategy’. Some of the characteristics he lists to look for in potential design thinkers are: empathy, integrative thinking, optimism, experimentalism and collaboration.

CONCLUSIONS

This paper refers to Service Design Leadership as a way of accentuating a leadership approach that is informed by design and the characteristics of services. The approach combines knowledge, methods and tools from both business and design and applies them to the design of service innovations.

The discipline of design is broadening and is moving towards a more strategic level, in which design thinking in combination with organizational strategies, may be applied to support service organizations to develop and realize innovative services.

This paper highlights the role of professional trained designers and the role of ‘silent designers’ on leadership level in service organizations. An open-minded collaboration between leaders in service organizations and service designers, with a shared aim of developing benefits and value for customers at every touchpoint, may necessitate a new mindset and a new attitude towards leadership in the service economy in order to utilize design-inspired service innovations. This new attitude towards service design leadership demands a mutual understanding of the way of thinking and working within design and business. The notion of synthesis, fundamental in design as well as in business strategy, may be taken up with respect to a number of key areas that inform service design leadership: The approaches, methods and processes of design in combination with organizational leadership strategies.

Further research may be informed by and conducted in a Systems Theory view. For instance, as none of the touchpoints in a service journey work in isolation, the complexity of the service system leads to a need for a holistic view on service design leadership. This view may also inform increased task complexity for service designers.

Leaders in service organizations may want to broaden their understanding of how they may collaborate and take advantage of designers’ skills and competences. This concerns both strategic and operational levels in the process of developing competitive service innovations. Service Design Leadership is likely to be an important part of this development.

ACKNOWLEDGEMENTS

MY THANKS to Andrew Morrison, Simon Clatworthy and the research seminar group at the Institute of Design, Oslo School of Architecture and Design, Alison Rieple, University of Westminster, and the reviewers. My PhD is part of the AT-ONE project, which is funded by the Research Council of Norway.

THIS ARTICLE IS adapted from a paper presented at The First Nordic Conference on Service Design and Service Innovation: DeThinkingService ReThinkingDesign. Oslo, 24–26 november 2009.

REFERENCES/BIBLIOGRAPHY

- Best, K.** (2006). *Design Management: Managing Design Strategy, Processes and Implementation*. Lausanne: AVA Publ.
- Boland, R. J., & Collopy, F.** (2004). *Design Matters for Management*. In R. J. Boland & F. Collopy (Eds.), *Managing as Designing* (pp. 3-18). Stanford: Stanford University Press.
- 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), pp. 10-25.
- Booms, B.H. & Bitner, M.J.** (1981). *Marketing Strategies and Organization Structures for Service Firms*. In J.H. Donnelly & W.R. George (Eds.), *Marketing of Services* (pp. 47-51). Chicago, Ill.: American Marketing Associations.
- Borja de Mozota, B.** (2003). *Design and Competitive Edge: A Model for Design Management Excellence in European SME's*. *Design Management Journal*. Vol. 2, pp. 88-103.
- Borja de Mozota, B.** (2003). *Design Management: Using Design to Build Brand Value and Corporate Innovation*. New York, NY: Allworth Press.
- Brown, T.** (2008). *Design Thinking*. *Harvard Business Review*, Vol. 86(6), pp. 84-92.
- Buchanan, R.** (2001). *Design Research and the New Learning*. *Design Issues*, 17(4), pp. 3-23.
- Buchanan, R.** (2008). *Introduction: Design and Organizational Change*. *Design Issues*, 24(1), pp. 2-9
- Cooper, R., & Press, M.** (1995). *The Design Agenda: a Guide to Successful Design Management*. Chichester: Wiley.
- Dumas, A., & Mintzberg, H.** (1989). *Managing Design/ Design Management*. *Design Management Journal*, 1(1), pp. 37-43.
- Dumas, A., & Mintzberg, H.** (1991). *Managing the Form, Function, and Fit of Design*. *Design Management Journal*, 2(3), pp. 26-31.
- Gloppen, J.** (2009 a). *Perspectives on Design Leadership and Design Thinking and How They Relate to European Service Industries*. *Design Management Journal*, Vol. 4(1), pp. 33-47.
- Gloppen, J.** (2009 b). *Service Design Leadership*. Paper presented at The First Nordic Conference on Service Design and Service Innovation: DeThinkingService ReThinkingDesign. Oslo, 24–26 november 2009.
- Gorb, P., & Dumas, A.** (1987). *Silent design*. *Design Studies*, Vol. 8(3), pp. 150-156.
- Hollins, G., & Hollins, B.** (1991). *Total Design: Managing the Design Process in the Service Sector*. London: Pitman.
- Holmlid, S.** (2007). *Interaction design and service design: expanding a comparison of design disciplines*, Nordes 2007. *Design Inquires*. 2nd Nordic Design Research Conference. Stockholm, May 27-30.
- Holmlid, S.** (2009). *From interaction to service*. In S. Miettinen & M. Koivisto (Eds.), *Designing Services with Innovative Methods* (pp. 78-97). Helsinki: University of Art and Design.
- Junginger, S.** (2007). *Learning to design: giving purpose to heart, hand and mind*. *Journal of Business Strategy*, 28(4), pp. 59-65.
- Junginger, S. & Sangiorgi, D.** (2009). *Service Design and Organizational Change: Bridging the Gap Between Rigour and Relevance*. IASDR09 Conference. Seoul, October 19-22, pp. 4339-4348.
- Kimbell, L.** (2009). *The Turn to Service Design*. In G. Julier & L. Moor (Eds.), *Design and Creativity: Policy, Management and Practice* (pp. 157-173). Oxford: Berg
- Kimbell, L.** (2010). *Designing for Services in Science and Technology-based Enterprises*. In T. Inns (Ed.), *Designing for the 21st Century. Interdisciplinary Methods and Findings* (pp. 55-66). Farnham: Gower Publishing.
- Kotler, P.** (1994). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G.** (2006). *Principles of Marketing*. Upper Saddle River, N.J.: Pearson Education.
- Kotter, J. P.** (1996). *Leading Change*. Boston, Mass.: Harvard Business School Press.

- Lovelock, C. H., Wirtz, J. & Chew, P. (2009). *Essentials of Services Marketing*, Singapore: Prentice Hall.
- McDermott, C. (2007). *Design: The Key Concepts*. London: Routledge.
- Normann, R. (2007). *Service Management: Strategy and Leadership in Service Business* (3rd. ed.). Chichester: John Wiley & Sons Ltd.
- Press, M., & Cooper, R. (2003). *The Design Experience: The Role of Design and Designers in the Twenty-First Century*. Aldershot: Ashgate.
- Shostack, G. L. (1984). *Designing Services that Deliver*. Harvard Business Review, Vol. 62(1), pp. 133-139.
- Shostack, G. L. (1987). *Service Positioning Through Structural Change*. Journal of Marketing, Vol. 51(1), pp. 34-43.
- Topalian, A. (1990). *Design Leadership in Business: The Role of Non-Executive Directors and Corporate Design Consultants*. Journal of General Management, Vol. 16(2), pp. 39-62.
- Turner, R., & Topalian, A. (2002). *Core Responsibilities of Design Leaders in Commercially Demanding Environments*. Inaugural session (pp. 1-10). London: Design Leadership Forum, organized by Alto Design Management.
- Utterback, J., Vedin, B.-A., Alvarez, E., Ekman, S., Sanderson, S. W., Tether, B., et al. (2006). *Design-Inspired Innovation*. Hackensack, N.J.: World Scientific Publishing Co.
- Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2004). *Evolving to a New Dominant Logic for Marketing*. Journal of Marketing, Vol. 68, pp. 1-17.
- <http://www.norskdesign.no/politisk-satsning-paa-design/opploeftende-funn-fra-designundersokelse-article12947-221.html>

**CHIARA DIANA**

Domus Academy, Milano, Italy

**ELENA PACENTI**

Domus Academy, Milano, Italy

**ROBERTA TASSI**

Domus Academy, Milano, Italy

VISUAL TOOLS TO DESIGN

About the role of visualization techniques for Service Design

BY CHIARA DIANA, ELENA PACENTI & ROBERTA TASSI

Eftersom vikten av visualisering inom tjänstedesignområdet är stor föreslås en undersökning av möjligheterna att skapa förståelse och utveckla användandet av just visualisering under designprocessen. Här identifieras fyra huvudsakliga visuella arketyper (kartor, flöden, bilder och visuella berättelser) som beskrivs med hänvisning till ändamål, funktioner och språk. De nuvarande visuella verktygen diskuteras samt hur de skulle kunna användas som stöd i utformningen av tjänster och designprocesser i allmänhet.

Trots att analysen görs ur ett designperspektiv och genomsyras av författarnas designkultur är ambitionen att resultatet blir en resurs också för andra yrkesgrupper som deltar i utvecklingen av tjänster. I grunden ligger en rad fallstudier samt intervjuer med experter både från akademiskt och icke akademiskt håll.

SUMMARY

Taking into account the importance of visualization within service design discipline due both to the limited visual appearance of services and to the heterogeneous group of figures involved in their conception and construction, this research paper proposes an investigation of the representation paths that could help the comprehension and use of visualization during the design process (1). This research topic has been studied from a design perspective and from a design culture background, in order to provide a contribution to the service discipline in the broad sense.

The analysis of the representations in terms of level of iconicity (abstract vs. realistic) and relation with time (synchronic vs. diachronic) brings to the identification of four main visual archetypes (maps, flows, images and visual narratives) described with reference to their own different purposes, features and languages.

The result is a deep reflection on the existing visual tools, pointing out the opportunities that could be further investigated with respect to their use in supporting service design and design processes in general. Moreover the analysis helps in eliciting some thoughts concerning crucial points, such as the communication of the service aesthetic, that haven't yet been solved but regarding what the visualization could play a fundamental role.

The background of this paper is represented by a research thesis (2) further developed with the aim to sediment some knowledge around the topic of tools used in service design. Several case studies were taken into analysis, in parallel with the examination of the existing literacy and the interviews with both academic and non-academic experts (3).

Although the analysis comes from a design perspective and is permeated with our design culture, the ambition of this work is to become a resource for the multiplicity of subjects that are part of the service field. Thinking at the design community, the purpose of the research is the improvement of the actual practices and the development of new tools for a more effective use of visualization; thinking at the other professionals, this paper provides a useful systematization, leading to a more conscious use of the tools that support -or could support- their work.

WHY THINKING OF SERVICE VISUALIZATION

Services are performances supplied by complex systems -made of people, artefacts and organization- that have very limited visual evidence (4).

This lack of *iconogenia* (5) emerged as one of the most critical issues since the raising of service design as a discipline, in the communication around the services to the final user as well as in all the phases of the design process.

As for product design, once the functional complexity of products has grown, the need of representing not only the product itself, but also the product in use, its performance and the user experience, has brought to look for new visualisation tools and methods, able to convey less tangible qualities. Moreover the design process in all application fields has become a complex activity involving a growing number of stakeholders, experts, competences, as well as involving users (6).

Visualization has thus taken on an even more crucial role: as it could make the ideas more tangible, complexity more readable and alternatives shareable, it applies quite well to support the communication between all the actors involved, the development of the process itself and its outcomes.

The web resource Service Design Tools (7) is conceived as a contribution to the service design discipline in this direction. It aims to sediment the existing knowledge around the topic of tools used in the design practice, collected and classified according to variables that are relevant in terms of communication purposes and choices, such as: the design activities they support, the kind of representation they produce, the recipients they address and the contents they can

(1)

The service design community has revealed an increasing interest around the topic of visualization and similar explorations have been done in the last years, see for example the work of structuring the existing methods done by Fabian Segelström: Segelström F. & Holmlid, S., *Visualization as tools for research: Service designers on visualizations*, Nordes, Nordic Design Research Conference, 2009.

(2)

Design della comunicazione e design dei servizi. Il progetto della comunicazione per la fase di implementazione (Communication Design and Service Design. Implementing services through communication artefacts), thesis by Roberta Tassi, tutors Paolo Ciuccarelli and Elena Pacenti, Politecnico di Milano, 2008.

(3)

Subjects interviewed: Ezio Manzini (Politecnico di Milano), Nicola Morelli (Aalborg University), Stefan Moritz (Aegis Media), Sean Miller (Live|Work) and Toke Barter (Radarstation).

(4)

In her Phd thesis "Designing service interactions" (1998), Elena Pacenti refers to Prof. Butera and De Michelis definitions of services as "activities that people perform for the benefit, the satisfaction and utility of other people", as well as considering the relational aspects of the performance as the unique characteristics of all services. Butera, F. (1988). Introduzione. In Barassi, D. *La service idea*, Milan: Sole 24 Ore.

(5)

As lack of iconogenia we mean the weak predisposition to representation. For a deeper understanding of these concepts refer to: Anceschi, G. (1992). *Choreographia universalis*. In Anceschi, G., *L'oggetto della raffigurazione*, Milan, ETAS Libri.

(6)

"We live, it seems, in an age in which the long-standing and pleasingly crisp distinctions between what constitutes a "product" and what a "service" are beginning to break down. Even in the early days of this evolutionary shift, we can already see that the implications for both individual designers and the profession of design as a whole are likely to be deep and lasting." Adam Greenfield, *On the Ground Running: Lessons from Experience Design*, posted the 27th June 2007 on <http://speedbird.wordpress.com>

(7)

Service Design Tools (www.servicedesigntools.org) is the result of the research activity done by Roberta Tassi during her graduation thesis in Industrial Design, further developed within the framework of the cooperation between DensityDesign research group at INDACO Department – Politecnico di Milano – and DARCO, Domus Academy Research & Consulting. The website is an open and dynamic collection of tools used in design processes that deal with services or other complex systems.

(8)

Anceschi, G. (1992). *L'oggetto della raffigurazione*, Milan IT: ETAS Libri. Botta, M. (2006). *Il design dell'informazione. Tassonomie per la progettazione di sistemi grafici auto-nomatici*. Trento IT: Valentina Trentini Editori.

(9)

Munari, B. (1977). *Disegnare un albero*. Bologna, IT: Zanichelli editore.

(10)

Tufte, E. (1999). *Envisioning Information*. Cheshire: Graphics Press. Ware, C. (2000). *Information Visualization*. London: Academic Press.

convey. Taken the main steps of a generic design process as a ground, the proposed taxonomy tries to address the visualisation needs for service representation and development at each process phase, from concept generation to practical implementation.

The identification of two basic parameters (iconicity and time), and the related opposite polarities (abstract-real and synchronic-diachronic) allows to group, comment and describe all the representation types of a design process. This interpretation represents a critical key guiding the comprehension and use of visualization within service design discipline.

REPRESENTATION TYPES

To start the discussion about the representation of complex intangible objects like services, in the following we point out the basic notational principles we have identified as the main variables concerning visualization: *the level of iconicity* and *the relation with time*.

When talking about the *level of iconicity* (8) the focus is on the coherence between the representation of an object and the real appearance of the object itself. A pictogram, for instance, is further from reality than a photographic picture.

On one side we are in front of abstract forms of representation, as symbols and diagrams are: their visual synthesis is often based on a symbolic language or a codified set of signs and is mainly used for technical aspects and notational purposes. On the other side the representation is a realistic replication of the original object: all the photographic and cinematographic techniques have this high level of iconicity, as well as the most accurate prototypes and the simulations of experiences in action.



During the design process, designers continuously shift from abstract and synthetic to realistic visualizations and vice versa according to the different needs, choosing among alternatives with experience and practice, but it's possible to reveal some recurring criteria.

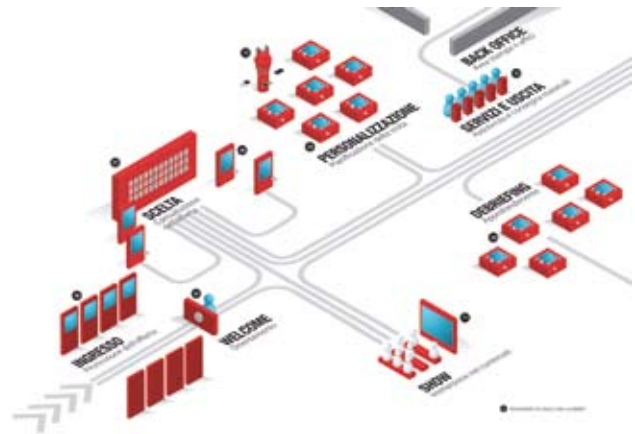
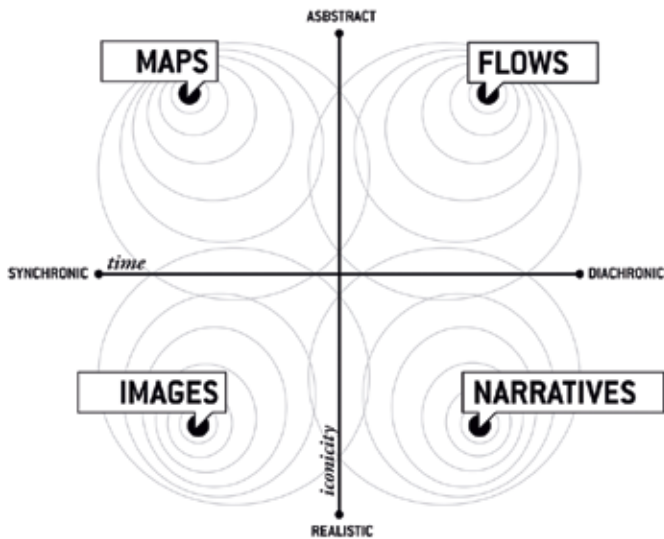
The level of detail in the representation has a relation with the progressive development of the idea: in early stages of the project it's more alike to keep the appropriate level of abstractness, to represent the idea and the concept behind, to avoid misleading messages (solutions like) and leave space enough for imagination to work (9).

The abstract and synthetic representations can support the description of systems, relations and processes. These kinds of visualization (such as maps) are simplified in the early stages of the design process and become more articulated then, together with the progressive refinement of the idea itself. Also the realistic representations can be used throughout the different design stages with appropriate languages and levels of details.

Time turns up as an inner quality of any kind of experience, process or interaction, becoming an essential parameter also for the service description (Anceschi, 1992; Manzini, 1993; Montefusco, 1995). The representations can give an instantaneous picture of the service –synchronic– or can either visualize the sequence of actions and stages that compose the service experience –diachronic–. In the first case the path of reading is included in the representation itself: the meaning can be found in the links among the elements that constitute the whole representation. In the second case the meaning emerges from the sequence: the attention is in the narration, as a tool for projecting the reader in living an experience or even impersonating the user.



The intersection between the two axes represented by time and iconicity defines the representation fields: the following graph shows the wide spectrum of possibilities generated by the two axes. All the visual representations can be potentially located in these fields – just a few of them representing the extremes.



Representation of the service system and functionalities, project *Porta d'accesso a Roma Archeologica*. DARC, Domus Academy Research & Consulting for Camera di Commercio di Roma, 2007

MAPS

As abstract and synchronic representations aimed at giving a systemic and overall view, maps are mainly used for describing the structure that lies behind the service, for representing the actors and the devices involved, for articulating the offering and for eliciting the connections between all those objects according to the existing relations, hierarchies and exchanges.

The system map, for example, puts together in the space of the visualization all the elements that participate to the service delivery: the organization and the staff working in the back and in the front office, the stakeholders, the providers, the users, the devices, the infrastructures and the artefacts. The map shows how all those elements are connected, making the fluxes –of information, values, money, etc. – visible.

Maps can be rough sketches such as the *mind maps* – drawings facilitating the elicitation of ideas-, dynamic graphs such as the *affinity diagrams* – significant aggregations of thoughts-, or either accurate representations such as the service ecologies –detailed descriptions of the system of actors involved-.

Exploring the techniques coming from the world of information visualization could lead to a more conscious use of this kind of tools and a deeper knowledge around the graphical languages and codes that help in organizing information into meaningful forms. (10)

FLOWS

Flows are abstract representations with an explicit orientation that determines the reading path. In the service design practice their importance is due to the need of facilitating the visualization of the process, of the steps of the interaction and of the phases of the experience.

The well-known example of service flow is the *blueprint*, the oriented diagram that describes step by step the process of interaction between the user, the front line and the back office. The blueprint, born as an engineering and strongly operational tool aimed at the service implementation and maintenance, has preserved its technical language and its potentially endless degree of detail. The service blueprint is able to provide a complete and detailed description of all the steps composing the interaction: this makes the representation good for the technicians who have to build the service but doesn't support other activities such as, for instance, sharing synthetic information and ideas about the process of delivery, that would require a simplification of the complexity according to what is recognized as prominent.

Similar kinds of flows merge some features of the technical flows (like the blueprint) with some features typical of the storyboards –integrated small pieces of illustrations for example- in order to improve their readability and extend their communication capability.

The *customer journey maps* follow exactly this direction giving more emphasis to the service touchpoints and using them to structure the representation. The focus is on the physical devices and on the generated fluxes of information to

convey the description of the whole process and experience phases.



Interaction flow describing the process of delivery of the service *LaborLab*. DARC, Domus Academy Research & Consulting, for ARIFL Regione Lombardia, 2007.

IMAGES

Realistic representations of a concept can be provided by the use of images, trying to capture the most immaterial and emotional aspects of the service. Images are able to fix some intangibles aspects -such as the perception of the service inside a group of people- that are very difficult to be described by words.

At the early stages of the design process, the use of *moodboards* –compositions of visual references– can help to imagine and describe the aesthetic of a service in terms of atmosphere, visual appearance and sensations that are generated from a mixed number of mainly intangible elements.

Another example is provided by what we call a *service image*, a unique picture that is able to give in one shot an immediate idea of the main features of a service concept.

The technique called *evidencing*, mainly used in the advanced stages of the design process, is about creating images that explore the way a proposed design innovation will feel and work through its touchpoints. The realism of these images, that show the service evidences as they were existed, has the capability to put the audience directly in front of the solution, observing it from a different and more external point of view.

The *tomorrow headlines* and the *posters* – based on the evidencing model – are fictional articles or advertising images published on magazines or journals; they are composed by projecting themselves in the future and trying to

understand what kind of impact the service will have on the society. The images allow then to share these thoughts about how the service will be presented to the potential users and what reactions it will determine.



Image representing the concept *Phone Battle* for a new service aimed at the comparison inside consumer electronics stores. The idea was developed during the workshop *V-tail*, lead by DARC, Domus Academy Research & Consulting, for the Master in Interaction Design of Domus Academy, 2009.

VISUAL NARRATIVES

Visual narratives are diachronic representations based on a strong realism: their meaning is given by the sequence of images more than by each single frame.

The *storyboarding* techniques support the overall design process, assuming different configurations, languages and points of view according to the specific purposes and recipients. Quick and sketched storyboards are used in the problem setting and first ideas generation in order to facilitate the sharing of thoughts and the participation within the design team. Those first drawings could generate illustrated sequences useful for presenting the concept to the organization and then could become more and more detailed together with the refinement of the idea. Accurate storyboards can be a significant tool for communicating service interaction paths to the staff and to final users.

There are also tools used to answer the need of representing the experience in terms of perception, performances, behaviours and feelings: the most intangible sides of the experience that are very difficult to be described apart from their existence.

Filming techniques could generate these kinds of narratives, but the level and quality of acting and scenography is often a limit for adopting it.

Working in this direction, methods like the *experience prototype* have started to be used not just for exploring existing solutions but also for simulating performances – that don't already exist – through the use of mock-ups or low-fidelities models together with possible user scenarios. The potentiality of such methodology in terms of visualization is given by the possibility of showing parts of the interaction with the service by simulating them, in order to preview in users' or stakeholders' minds how the experience will be more effectively than a picture or illustrated storyboard.

The *service prototype* is even closer to reality than an experience prototype: the interaction with the service is observed and recorded reproducing the place, situation and condition in which the service will actually take place. That means, from a visual perspective, that almost nothing is left to imagination and that the audience is really put in front of a realistic representation of the solution.



Sustainable everyday project: representation of "The Handyman shop" scenario, Ezio Manzini and François Jégou, 2003.

CONCLUSIONS

The mix of techniques and visualization tools that are used in the actual service design practice is mainly focused on the need of representing and managing the complexity of the elements composing the service systems and processes.

This is why the design and creation phases require both abstract representations –as maps and flows– supporting the description of that complexity as well as realistic representations –as images and visual narratives– giving visibility to other equally intangible and fundamental aspects such as the atmosphere and the experience.

Our exploration underlines the importance of balancing between the different techniques according to the speci-

fic phases and purposes, but also leads to reflect on some unsolved aspects that are crucial for the service design and implementation.

1. Do the present visualization tools effectively represent the service?

None of the existing tools really matches the need of representing what a service is into a synthetic and unique view (such as the sketch of any tangible products does). Service images partially works when service evidences are tangible enough to give the idea of the overall experience (the service place plays the most important role); simulation techniques, such as fake advertising or so, partially work as service description even when the service is totally intangible (like a financial service). Similar techniques –to be inspired by communication tools of services to clients and from advertisements– should be further investigated in order to merge the lack of *iconogenia* of the service also within the design process and the implementation of the idea.

The purpose of the paper, by reflecting and interpreting representation methods and tools, is to help designers to better identify and further work on visualisation techniques used for service design, both to facilitate the design process, both to communicate and to represent services "in act". Tools like simplified and illustrated process maps (or storyboards or blueprints) can be used to support the interaction between front-office personnel and users, images showing the service place and tools can be used to better help users in developing a clear mental model of the service, videos could better support the "operating manual" of a new service both to personnel and final users.

2. The aesthetics dimension of the service experience is represented?

Most of the visualization tools used for service design are actually focused on time dimension and oriented to the representation of the interaction between the system and the user. This demonstrates once again the relevance of the user experience into the overall service design issue and also proofs the strict interconnection between two disciplines – service and interaction design – in terms of methods and tools.

From the point of view of the representation, are the visual narratives effective for showing the qualitative aspects of the experience such as attractiveness, atmosphere, soft qualities? Is it possible to make the aesthetic of the specific service visible?

On the other side, certain kinds of images and static re-

presentations – such as *advertising, posters and moodboards* – are able to bring the aesthetic dimension of the experience by simulating the visual identity and tangible evidences of the service.

3. Is it possible to visualize and represent human behaviours?

Person-to-person interactions are still the most uncertain element in any service design and management. The *scripts* guiding the front-office personnel are good examples of design tools for managing the relationship but they are usually linked to managerial culture and still far from experimenting visual languages.

Filming techniques are sometimes useful into grasping the behavioural aspects of the interaction, they are used into training programs but they are not suitable for supporting the interaction in real time.

Investigating the potentiality of visualization for representing the behaviours of both front-line personnel and user can make a point towards the identification of original visualization tools for service design.

THIS ARTICLE IS adapted from a paper presented at The First Nordic Conference on Service Design and Service Innovation: DeThinkingService ReThinkingDesign. Oslo, 24–26 november 2009.

REFERENCES

- Anceschi, G.** (1992). *Il progetto delle interfacce. Oggetti colloquiali e protesi virtuali*. Milan: Domus Academy.
- Anceschi, G.** (1992). *Choreographia universalis*. In Anceschi, G., *L'oggetto della raffigurazione*. Milan: ETAS Libri.
- Botta, M.** (2006). *Il design dell'informazione. Tassonomie per la progettazione di sistemi grafici auto-nomatici*. Trento, IT: Valentina Trentini Editori.
- Butera, F.** (1988). Introduzione. In Barassi, D., *La Service Idea*. Milan: Sole 24 Ore.
- Greenfield, A.** (2007, 27th June). *On the Ground Running: Lessons from Experience Design*. Retrieved from <http://speedbird.wordpress.com>
- Herdeg, W.** (1979). *Graphic diagram: the graphic visualization of abstract data*. Zurich: The Graphic Press.
- Joe, P.** (2006). *Visualisation*. Retrieved from www.designcouncil.org.uk
- Manzini, E.** (1993). *Lo scenario del prodotto-servizio*. *Area*, 14.
- Manzini, E.** (1993, June). Il Design dei Servizi. La progettazione del prodotto-servizio. *Design Management*, 7.
- Montefusco, P.** (1995). *Multimedialità digitale ed evoluzione del panorama dei media: artefatti comunicativi e strumenti progettuali*. Doctoral dissertation, Industrial Design Politecnico di Milano, VIII ciclo.
- Munari, B.** (1977). *Disegnare un albero*, Bologna, IT: Zanichelli editore.
- Pacenti, E.** (1998). *Il progetto dell'interazione nei servizi*. Unpublished doctoral dissertation, Industrial Design Politecnico di Milano, X ciclo.
- Segelström, F.** (2009). *Communication through Visualizations: Service Designers on Visualizing User Research, Re-Thinking Service Design*, Re-Thinking Service Design, Nordic Design Conference, Oslo.
- Segelström, F., Holmlid, S.** (2009). *Visualization as tools for research: Service designers on visualizations*. Paper presented at Nordes, Nordic Design Research Conference.
- Tassi, R.** (2008). *Design della comunicazione e design dei servizi. Il progetto della comunicazione per la fase di implementazione*. Unpublished graduation dissertation Politecnico di Milano.
- Tufte, E.** (2002). *Envisioning Information*, Graphic Press, Cheshire.
- Tufte, E.** (2003). *The Visual Display of Quantitative Information*, Graphic Press, Cheshire.
- Ware, C.** (2000). *Information Visualization*. London: Academic Press.

Har du läst något intressant om design och/eller designforskning nyligen? Kanske en avhandling eller någon annan publikation inom området? Hör av dig till Design Research Journal med tips. Skriv en recension eller bokanmälan och skicka till desginrearchjournal@svid.se. Tack på förhand!

Design Space Exploration. Co-operative creation of proposals for desired interactions with future artefacts

Författare: Bo Westerlund
Avhandling framlagd vid KTH
Computer Science and Communication
i november 2009.
ISBN 978-91-7415-445-0

Det är värdefullt att det kommer fler avhandlingar och forskningsrapporter om designmetoder och verktyg för designarbete. I takt med att intresset för design ökar även utanför designområdet är det av stor betydelse att designforskare utvecklar metoder och verktyg för designområdets kärnverksamheter.

Bo Westerlund, forskare vid KTH och lärare vid Högskolan i Kalmar, har en lång erfarenhet som designer, utbildad till industridesigner, och har länge arbetat på att förfinas metoder och verktyg för utveckling av produkt-design.

Syftet med avhandlingen är att redovisa, analysera och kritiskt reflektera över vad som händer under



de verklighetsbaserade video-modellerande workshoparna; på engelska: *the reality-based video prototyping workshops*.

Målet är att utvidga vad som är möjligt att lära och göra genom att deltagare under en workshop själva är aktiva problemlösare och ge exempel på hur workshopen kan öka förståelsen för möjliga framtida användarsituationer, det vill säga designutrymmet (*Design Space*). Metoden bygger på deltagarnas inneboende (tysta) kunskaper utifrån olika erfarenheter i yrkesliv eller i vardagen, till exempel som handikappade. Sammanlagt är det över tjugo workshops som analyserats med hjälp av designteorier och designbegrepp.

Begreppet *Design Space* är centralt i arbetet. Bo Westerlund menar att en workshop med användare ökar utforskandet av vad som faktiskt är möjligt att göra. I verkligheten är designutrymmet ett komplext multidimensionellt rum med ett oändligt antal lösningar. Men det är enligt Bo Westerlund inte intressant i det här sammanhanget utan det är själva konceptet *Design Space*. Uppdragets beskrivning och problemets karaktär sätter gränser och gör att designutrymmet inte är stabilt under processen. Designarbetet, det vill säga alla de tekniker och metoder man använder, leder till att man under

processens gång lär sig vad som är designutrymmet, speciellt ger video-prototyperna en ökad förståelse för detta.

En lärdom är bland annat vikten av att vara kritisk mot och reflektera över de inledande angivna begränsningarna som faktiskt påverkar designutrymmet. En kritisk reflektion som i och för sig alltid har varit typisk för just designtänkandet.

Bo Westerlund befinner sig i en tradition av designforskning som till exempel *Donald Schön* har kommit att stå för; reflektion i praktiken. Samtidigt skulle avhandlingen också kunna ingå i den ström av forskningsarbeten som nu handlar om att utveckla nya metoder, där inte minst användardriven innovation och olika typer av workshoppar har fått stor uppmärksamhet – även utanför designområdet. Denna forskning ingår dock inte i avhandlingens teoretiska referensram, vilket är synd med tanke på att det skulle behövas gränsöverskridare även i forskningen.

Bo Westerlund beskriver noggrant de workshops som ingår i avhandlingsprojektet, också de olika kritiska situationer som uppstått och hur man handskats med dessa. Slutsatser dras kring vikten av deltagarnas förtroende och mängden av prototyper samt att aktiviteter och prototyper snarare ska ses som konstituerande än representationer. Detta är det centrala bidraget. *Design Space Exploration* är en slags praktisk handbok för hur man genomför workshop kan det tyckas som. Till boken bifogas också en DVD där man kan följa de workshops som har filmats.

För den som vill lära sig mer om workshopmetoder och hur man kan organisera dessa är avhandlingen en tillgång, men den kräver att man sätter sig in i varje workshop för att förstå vad som faktiskt har skett.

Lisbeth Svengren Holm

Kroppar under träd – en miljö för konstnärlig forskning

Författare: **Henric Benesch**

Filosofie doktorsavhandling i design vid
Högskolan för Design och Konsthant-
verk – Konstnärliga fakulteten,
Göteborgs universitet, 2010.
ISBN 978-91-977758-6-1

”Min förhoppning är att arbetet i det här fallet skall kunna användas som en form av resehandbok för de som är intresserade av liknande platser och resor” skriver *Henric Benesch* i början av sin avhandling ”Kroppar under träd”. Kanske är den mest en sådan, varken mer eller mindre. En ovanlig resehandbok – med begränsad räckvidd.

Det inledande kapitlet går också att läsa som en brasklapp till vad som sedan följer. ”Konstnärlig forskning är ett nytt verksamhetsområde som i allmänhet baseras på integrerade konstnärliga projekt. Till skillnad mot annan forskning finns ännu inte något tydligt regelverk att följa för att säkerställa kvaliteten” heter de bland annat. Tursamt nog kanske, ty avhandlingens olika kapitel liknar mer ett antal essäer – där författaren står i dialog med några av västvärldens inflytelserika tänkare – än redovisningen av forskning som skulle kunna bidra till designområdets utveckling. Kopplingen mellan ”Kropp under träd” och designområdet är både vag och svag. Mest handlar resonemangen om arkitektur. Men inte om arkitektur i allmänhet utan om några alldeles speciella objekt: bland andra författaren *Henry David Thoreaus* stuga vid sjön Walden, *Ludwig Mies van der Rohes* paviljong till världsutställningen i Barcelona och arkitektkontoret SANAA:s Serpentine Pavilion (se bilden ovan) uppbyggd sommaren 2009 i Hyde Park i London. Kring rumsligheterna i dessa byggnader resonerar Benesch engagerat och intressant. Han gör det



FOTO: LOTTA JONSON

SANAA:s Serpentine Pavilion i Hyde Park, London, sommaren 2009.

för att eventuellt komma fram till vad som skulle kunna konstituera ett slags jungfruligt utrymme lämpat för lärande. Eller rättare sagt en perfekt miljö för konstnärlig forskning, likt den plats under trädkronorna där *Platon* höll sin akademi för några tusen år sedan. Allt emedan filosofer, arkitekter (*Le Corbusier* till exempel) eller kända personer som *Charlie Chaplin*, *Damien Hirst* och *Bianca Jagger* dyker upp i berättelsen. För övrigt är också universitet och Vasaparken i Göteborg högst närvarande mellan varven.

Vad är det då Benesch forskat om egentligen? En av hans intentioner går att sammanfatta i frågan: Hur kan man bygga rum och skapa sammanhang

som stödjer flexibilitet och föränderlighet? Jag hittar inga konkreta svar. Istället flyter texten på, snarast litterär och så vacker att det är lätt att glömma bort förhoppningen om något mer samt eventuella invändningar. Som exempelvis: Borde inte designanknytningen vara ett måste i en avhandling från HDK? Kopplingen skulle ha kunnat vara en mer konkret ”berättelse” om kroppen och rummet, platsen för den bästa pedagogiken.

Men tyvärr ingen gestaltning – allt som levereras är några till intet förpliktande skisser. Vad ska vi göra med dem? På vilket sätt ökar de förståelsen kring formområdet?

Lotta Jonson

Skiss av Henric Benesch: ”Paviljong för konstnärlig forskning sedd ifrån Götaplatsen”.





FOTO: RAMONA LALL

Concrete fashion: Dress, art, and engagement in public space

Författare: Kajsa G Eriksson

Filosofie doktorsavhandling i design vid Högskolan för Design och Konsthantverk – Konstnärliga fakulteten, Göteborgs universitet, 2009. ISBN 978-91-977758-4-7

Tre indiska "gudinnor" vandrar genom gatorna och träffas på en uppgjord plats i centrala staden. En rund spegelbrosch orsakar uppmärksamhet varhelst den visas upp. Några parkasliknande jackor spricker upp vid ett givet ögonblick och visar fram fladdrande sidenremstar som gör bärarna blir färgglada klickar i gatuvimlet. Dessa tre företeelser, projekt eller performances, är utgångspunkter i *Kajsa G Erikssons* avhandling.

Det första projektet "Three" sägs handla om "den klädda kroppen som en gränsöverskridande konst", det andra "Mirror Brooch" hänger

till en del ihop med ett fotografi från konstbiennalen i Venedig år 2005 men belyser mest "bärandet av ett objekt i olika sammanhang och som vardaglig erfarenhet". Det tredje "förändrar och utforskar det offentliga rummet". Allt enligt Kajsa C Erikssons svenska presentation.

Läser den engelska texten under stigande otålighet. Här finns feministiska referenser, hänvisningar till franska filosofer och flera prominenta sociologer. Kajsa G Eriksson har studerat både *Walter Benjamin* och *Pierre Bourdieu*. Men designen då, undrar jag. Formämnet? Jag har inga som helst problem med att låta definitionerna av designområdet sträcka sig mellan discipliner, tvärtom; det flyter ju mellan olika genrer. Men att som här helt negligera eller snarare låtsas som om det vore samma sak som performance-konst känns inte helt bekvämt.

I den ovan nämnda svenska presentationen heter det också: "Avhandlingen 'Konkret mode: kläder, konst och engagemang i det offentliga rummet' är ett exempel på konstnärlig forskning som utforskar gränslandet mellan modedesign och samtidskonst." Men i



Från två av Kajsa G Erikssons experiment. T v från New York där hennes jackor spruckit upp och visar fladdrande sidenremstar. Ovan Kajsa G Eriksson själv med sin "Mirror Brooch".

Erikssons text saknar själva modedesignen, klädernas eller broschens formspråk all betydelse i sammanhanget medan de sociologiska aspekterna



och konstvärlden fått huvudroller. Mötet mellan kända och okända element i gaturummet samt en längtan efter att direkt påverka omgivningen på en social scen tycks intressera allra mest. "Burna kläder som konst är ett ideologiskt ställningstagande, eftersom det förflyttar konsten närmare människor och dess vardag", hävdar Eriksson. Ja men designaspekten då?

Också vad gäller Kajsa G Erikssons avhandling (liksom Henric Benesch's, se sid 57) måste alltså frågan ställas: Vad bidrar den med i utvecklingen av designområdet? Det är svårt att ge ett bra svar.

Lotta Jonson



Hotell Speciell

Författare: Maria Strannegård
Förlag: Liber, 2009
ISBN 978-91-47-08836-2

Frågor om definitioner och designforskningens vitt förgrenade fält gör sig påminda gång på gång under läsningen av Maria Strannegårds "Hotell Speciell". Detta trots att eller kanske snarare på grund av att Maria Strannegård inte är designer utan etnolog och har forskat vid Institutionen för kulturvetenskaper vid Lunds universitet. "Hotell Speciell" är hennes doktorsavhandling och den kom till inom ramen för ett forskningsprojekt vid Institutionen för Service Management, också den vid Lunds universitet. Inte en gnuttu design alltså. Och ändå en hel del just designrelaterat. Här handlar det nämligen om formernas betydelse.

Maria Strannegård har rest till olika platser, bött på så kallade designhotell, talat med gäster och personal, funderat och reflekterat. Hon beskriver hur fenomenet designhotell vuxit fram och blivit livsstilsmarkörer och tillflyktsorter för personer som längtar efter att vara individualister – men som betar sig som de flesta av sina många gelikar. Det estetiserande idealen både förenar och utestänger. Allt emedan de övergripande kommersiella reglerna ser ut ungefär som inom varje annan

affärsverksamhet. Designhotellen förkroppsligar upplevelseekonomins ideal och ambitioner, men även dess problematik och begränsningar, enligt Maria Strannegård.

Designhotellen kallas också boutique- eller livsstilshotell. Maria Strannegård ser på dessa både med etnologens och psykologens blick. Hon beskriver miljöerna målande och sätter in sig själv i sammanhanget på ett engagerande sätt. Det hela är roligt att läsa och jag vill hela tiden ha mer. Fler detaljer, mer exakta redovisningar av inredningar, färgsättningar och belysningsdetaljer. Och jag önskar gång på gång att också få ta del av formgivarens speciella blick. Så blir det nu inte riktigt. Detta inte sagt som kritik – "Hotell Speciell" är ju ingen berättelse från designvärlden – utan invändningen är snarast det motsatta; en eloge till författaren som belyser det hon studerar så intressant att man vill ha ännu fler ingångar. För att få det går jag till och med in på www.designhotels.com och försöker följa med på resan.

Avhandlingen är skickligt uppdelad i avsnitt som till exempel Baren, Sovrummet, Korridoren, Lobbyn. De olika rumligheterna får helt enkelt en symbolisk, mer övergripande betydelse där sociala och sociologiska aspekter förs in. Dispositionen håller märkligt nog nästan hela vägen; någon gång känns idén trots allt bara för bra.

En annan invändning handlar om antalet redovisade exempel. De borde ha varit fler, både när det gäller intervjuer med gäster och personal. Nu blir koncentrationen kring Hudson Hotel i New York och Hotel Coste i Paris en aning överskuggande. Dessutom finns det en risk i att hänvisa till hemsidor och använda presens i beskrivningen av dessa. Sajterna i fråga kan ju vara nedstängda för länge sedan när avhandlingen väl ligger på bordet. Och i samband med författarens konstaterande, att illusioner och teatereffekter försvinner i hotellens icke allmänna utrymmen, minns jag ett minimalt sov-

rum på St Martins Lane i London, där Philippe Starck på ett underbart sätt lekt med detaljerna. Även minimala sovrum på ett designhotell kan ha ett och annat extravagant inslag – oavsett hur det ser ut på Hotel Hudson.

"Hotell Speciell" är som sagt ingen avhandling i designforskning. Ändå borde den vara ytterst intressant för alla formgivare. Människans förhållande till tingen är ju en av de viktigaste utgångspunkterna för allt designarbete. Och borde så vara för all designforskning också.

Maria Strannegård liknar det konkreta designhotellet vid "ett interaktivt konstverk" men i själva verket använder hon det som en metafor för något mycket större – som en skildring av vilket samhällsbygge som helst. Det blir både underhållande och lärorikt.

Lotta Jonson



Design och postmodernitet

Författare: Penny Sparke
Förlag: Raster, 2009
ISBN 978-91-87215-810

Designbegreppet har förändrats de senaste tjugo åren. Penny Sparke, brittisk designhistoriker, redogör för hur ekonomi, konsumtion och livsstilsfrågor påverkat området och förflyttat fokus från funktionsfrågor till ett mer estetiskt förhållningssätt. "Design och postmodernitet" ger de fundamentala kunskaperna om hur synen på tingen skiljer sig mellan då och nu.

Lotta Jonson

Fakta om formgivare

Fakta kring svensk formgivning och svenska designers finns samlade på Designarkivet i Pukeberg, Nybro mellan Växjö och Kalmar. Närmare bestämt omkring 100 000 skisser, ritningar med mera från slutet av 1800-talet och fram till idag. Drygt 700 svenska formgivare som arbetat med keramik, glas, metall, textil, industri- och möbelformgivning finns representerade. Där kan man följa hur till exempel *Nisse Strinning*, *Astrid Sampe* och *Rune Monö* arbetade och få designprocesserna bakom de producerade föremålen beskrivna. Ytterligare intressant material från Orrefors, Kosta Boda och Pukeberg kommer också att knytas till Designarkivet. En av arkivets uppgifter är att göra det möjligt för forskare, studenter och allmänhet att ta del av alla fakta. Självklart kan man besöka Designarkivet på plats. På nätet är adressen www.designarkivet.se.



Helhetsgrepp

Forskningsprogrammet M3 – mode, miljö och marknad håller just nu på att formeras vid Högskolan i Borås. Tanken är att utveckla ny kunskap om hela modekedjan från idé via konsumenten och slutligen återvinning samt om modenäringsens särskilda egenskaper i förhållande till andra branscher. I en rapport beskrivs tankarna bakom M3 med exempel från pågående forskning inom management- och designområdet. Meningen är att M3 också ska resultera i ökad effektivitet inom branschen samt ge incitament för nya företag och produkter.

Förhoppningen är att göra M3 till en



internationellt konkurrenskraftig miljö för forskning och produktutveckling av stor nationell betydelse.

Rapporten om M3 kan laddas ner via: www.hb.se/wps/portal/pressmeddelanden/pressmeddelande?name=hb2010-02-16_modeforskning

Konstnärlig forskning

Den nationella konstnärliga forskarskola som Vetenskapsrådet utlyste förra året startar för fullt höstterminen 2010 och kommer att verka i fem år. Förhoppningen är att den konstnärliga forskarskolan ska stärka den framväxande konstnärliga forskningen, placera svensk konstnärlig forskning i en internationell frontlinje och leda till nya insikter i konstnärligt arbete.

Forskarskolans bas utgörs av en årligen återkommande större doktorandkonferens samt seminarier av mer ämnesinriktad karaktär. Skolan kommer att tillämpa löpande antagning och beräknas examinera ett drygt tjugotal doktorander under perioden 2010–2015.

Den nationella konstnärliga forskarskolan organiseras i samarbete mellan högskoleinstitutioner från 12 lärosäten, med konstnärliga fakulteterna i Göteborg och Malmö/Lund som administrativ hemvist.

Den första utlysningen omfattade digital gestaltning, filmisk gestaltning, fri konst, litterär, musikalisk och scenisk gestaltning och samt konsthant-

verk. Utlysningen avsåg även antagning till den forskarutbildning som kommer att ske vid fakulteter med examensrätt för konstnärlig doktorsexamen. För närvarande finns sådan i Göteborg och Malmö. Ytterligare lärosäten inom det konstnärliga området kan komma att få examensrätt under året.

De doktorandtjänster som direkt berör design- och konsthantverksområdet var en vid Konstfack i Stockholm samt två vid Textilhögskolan i Borås – den ena gällde modedesign, den andra textildesign.



Funktionellt?

Varför inte klä på sig instrumentet istället för att släpa runt på det i ett otympligt fodral? *Jeannine Han* går andra året på masterutbildningen för textil- och modedesign på Textilhögskolan i Borås. Tillsammans med teknikern *Dan Riley* har hon tagit fram ett spelande plagg – en kostym gjord av ett material med integrerade sensorer som reagerar vid beröring och när någon kommer nära. De kallar sitt projekt, finansierat

av Smart Textiles, för "Textildesign för en nomad".

Den som är nyfiken på hur plagget ser ut i verkligheten kan besöka Nordiska museets utställning Modemakt – 300 år av kläder, där det finns utställt under temat "Funktionellt".

Keramikdissekering

Kjell Rylander, keramiker som främst jobbat med ready made hade nyligen utställning på Eskilstuna konstmuseum. Där visades skärvor av porslin och delar av serviser upplagda på sju podier. En dissekering av lämningar från anonyma miljöer eller en undersökning av hierarkier? Rylander ingår sedan ett år tillbaka i en forskargrupp kring professorn i konsthantverksteori vid Kunsthøgskolen i Bergen, *Jorunn Veiteberg*. Hon sökte keramiker från hela Skandinavien som ville ingå i teamet. Rylander sökte och fick en av forskartjänsterna.

– Det här passar mig bra. Det norska forskningsprogrammet inom konsthantverksområdet skiljer sig verkligen från det svenska. Här är den reflekterande delen mycket mer tillåtande. Man lägger större vikt vid det visuella resultatet än det skrivna ordet, berättar Kjell Rylander.

Ännu har han två år kvar innan slutresultatet från hans forskning presenteras. Utställningen i Eskilstuna gav en liten försmak – som gav mersmak.



FOTO: ERIK CRONBERG

Design Open

Resultatet av tävlingen Design Open 2009 presenterades nyligen. Första priset i kategorin universitet/högskola gick till Umeå universitet, Interaktion och design, årskurs 4, för "GoEco". Det är en tjänst för mobiltelefoner där var och ens miljöpåverkan mäts genom de dagliga transporter med bil, buss, cykel och gång som personerna i fråga utför.

I gymnasie-kategorin vann Bromma gymnasium, Teknisk design årskurs 2 (bilden ovan), för sitt tjänstekoncept "Green by Bike". "Green by Bike" är ett tjänstekoncept som ska påverka människor att välja cykeln istället för bilen för korta resor och därigenom motiverar till miljövänliga transporter.

Tävlingen arrangeras av SVID, Stiftelsen Svensk Industridesign, och uppgiften i Design Open 2009 var att "utveckla produkt, tjänst eller koncept för våra rullande transporter, som påverkar människors vilja att resa och frakta miljövänligt."

– De deltagande lagen har alla gjort ett fantastiskt arbete, säger *Robin Edman*, vd på SVID och juryns ordförande. Många bidrag håller mycket hög klass och en hel del koncept har stor möjlighet att förverkligas. Vi hoppas att studenternas engagemang kan bidra till att föra utvecklingen framåt.

De vinnande bidragen visas på en turnerande utställning.

Gå in på www.designopen.se och kolla alla vinnande bidrag!

14–15 MAJ

IA Conference 2010

KÖLN, TYSKLAND

Tema för årets tyska IA-konferens är Service, Design, Thinking.
<http://iakonferenz.org/de/2010>

17–20 MAJ

DESIGN 2010: 11th International Design Conference

CAVTAČ-DUBROVNIK, KROATIEN

Konferens om designforskning med bland andra följande ämnen: design-teori, designforskning, designprocesser, designmetoder, design management, industridesign, ekodesign.
www.designconference.org

24–25 MAJ

Next Textile Borås 2010

BORÅS, SVERIGE

Tema: Rethink/Nytänkande i material och affärer. Konferens om nästa generations textilier och fiberteknologi för yrkeskategorier som nu får chans att utbyta erfarenheter: studenter, designer, tekniker, marknadsförare, företagsledare, forskare och politiker.
www.nexttextile.com

28–30 MAJ

European Design Festival 2010: A celebration of European communication design

ROTTERDAM

NEDERLÄNDERNA

Workshops, designpromenader, utställningar och föreläsningar. Samt en ED-Conference med talare från ett femtontal länder.
www.europeandesign.org

6–9 JUNI

HOW2010

DENVER, USA

"Vad du än behöver kommer designkonferensen HOW att ge dig verktyg för att bygga en framgångsrik karriär och unikt formgivna produkter", lovar arrangörerna.

www.howconference.com

1-4 JUNI

6 th Art & Science of Service Conference

MADRID, SPANIEN

För forskare och praktiker om nutida och framtida tjänstedesign med fokus på hur teknologin påverkar leveransen av högkvalitativa tjänster.

Arrangörer: Bentley University och IE Business School.

<http://artsienceofservice.ie.edu>

10-13 JUNI

9th Annual Frontiers in Service Conference 2010

KARLSTAD, SVERIGE

Mötesplats för en unik mix av forskare inom olika sektorer. Ämnet tjänstedesign kommer att diskuteras ur en rad olika aspekter.

www.ctf.kau.se/frontiers2010

13-18 JUNI

**DAC 2010
Design meets automation**

ANAHEIM, KALIFORNIEN, USA

Teknisk konferens om de senaste trenderna inom elektronikdesign och designautomatisering för bland annat tekniskt intresserade designer, designingenjörer, forskare och media.

www.dac.com

16-17 JUNI

Re-Thinking ... the future of design – DMI Design/Management Thinking 22

SAN FRANCISCO, USA

Enligt arrangörerna fördes definitionerna av begreppet "designtänkande" främst på Re-Thinking ... Designkonferensen år 2009. I år vidgas temat och omfattar även framtiden.

Vad behöver man lära sig för dra nytta av omdefinitionen av designområdet?
www.dmi.org/dmi/html/conference/branddesign10/conference.htm

28 JUNI-1 JULI

**ConnectED 2010 –
2nd International Conference
on Design Education**

SYDNEY, AUSTRALIEN

Om olika aspekter av designundervisningen inom konstnärliga discipliner och teknik/arkitektur. Diskussionsämnen: hållbarhet, globala designagendan, designforskning samt teori- och filosofiinslag inom designutbildningen.

www.connected2010.com.au

30 JUNI-3 JULI

26th EGOS Colloquium

LISSABON, PORTUGAL

Med bland annat designdrivna innovationer: lingvistik, semantik och symboliska uppfinningar kontra teknologiska och funktionella.

www.egosnet.org

7-9 JULI

**DRS, Design Research Society
2010 Conference:
Design & Complexity**

MONTREAL, KANADA

Utbyte av idéer och koncept vad gäller designforskning kring både produkter, upplevelser och tjänster.

www.drs2010.umontreal.ca

15-16 JULI

**2010 European LAMS &
Learning Design Conference**

OXFORD, STORBRIANNIEN

Konferensen, dag 1, följs dag 2 av en "Design Bash". Årets konferens är en fortsättning på International LAMS & Learning Design Conferences in 2006, 2007, 2008 & 2009 i Sydney och tre tidigare European Conferences (2007 i Greenwich, Storbritannien; 2008 i Cadiz, Spanien and 2009 i Milton Keynes, Storbritannien). Fokus denna gång kommer att ligga på "Sharing Great Ideas".

<http://lams2010.lamsfoundation.org>

30 AUGUSTI-1 SEPTEMBER

**Designs On Our Future –
3rd International Urban Design**

CANBERRA, AUSTRALIEN

Hur ska nya städer designas och redan existerande anpassas för framtiden?

Om miljötänkande, hållbarhet och energi. För arkitekter, landskapsarkitekter, designer, politiker, stadsplanerare med flera.

www.urbandesignaustralia.com.au

7-10 SEPTEMBER

**CUMULUS Shanghai
Conference 2010**

SHANGHAI, KINA

Hur kan en ung generation designer förbättra miljön och livet genom sin kreativa talang och ansvarskänsla?

www.cumulus2010tongji.org

30 SEPTEMBER-2 OKTOBER

**The Resilience of the Global
Service Economy**

GÖTEBORG, SVERIGE

För tjugonde gången anordnas RESER, plattform och mötesplats för forskare och policyskapare som arbetar med utformningen av tjänster.

www.reser2010.se

4-7 OKTOBER

**7th International Design &
Emotions Conference**

CHICAGO, USA

Teknik kan ge känslomässiga upplevelser. Exempel på design som skapas med på detta sätt blir allt fler. För praktiker och forskare inom området.

www.id.iit.edu/de2010

1-3 DECEMBER

ServDes.2010

LINKÖPING, SVERIGE

Tema för denna första konferens inom området tjänstedesign i Linköping är ExChanging Knowledge. En första ServDes hölls i Oslo och kommer härnäst att hållas vartannat år i något av de nordiska länderna.

www.servdes.org

Forskaren som fackelbärare

Vem forskar forskarna för? Hur tas nya material fram? Finns det en klyfta mellan teoretiker och praktiker? De var några av de frågor som diskuterades under seminariet ”The Material Gap” på Berns en kväll i vintras. Kammaralen var fylld av folk, både yrkesverkssamma formgivare och andra designintresserade. Samtliga hade bjudits in av Svensk Form, som passat på när *Guido Cappellini* ändå var i Stockholm för att gå på möbelmässa. Ledaren för det hipa Cappellini, ett experimentvilligt företag inom en i övrigt ganska trög möbelbransch, var nämligen kvällens dragplåster. Mycket av vad han sade var intressant men det mest tankeväckande stod andra deltagare för.

På scenen fanns nämligen en panel med representanter från olika håll. Samtalet kring ”materialklyftan” leddes av *Mark Isitt*, tidigare chefredaktör på arkitekturtidskriften *Forum*. Kvällen till ära var han klädd i beige kostym i polyester, ”det förmodligen mest hållbara materialet i lokalen den kvällen” som någon påpekade.

Ungefär så här löd en inleddes samtalet: Man hör ofta att det forskas

kring nya material – varför ser man då så lite av dem?

Reed Kram, Reed Kram Design, menade att det handlar om efterfrågan. Även om den enskilde designern letar efter nyheter så är industrin oftast kallsinnig. Att byta material innebär stora kostnader. Ett sätt att få med industrin vore om formgivaren kunde vara med i forskningsprocessen för att därefter bättre kunna övertya eventuella investerare. Nu kommer ytterst lite av vad som sker på laboratorierna samhället till godo.

Mikael Lindström, kemist och forskare vid Invention samt professor vid Konstfack, höll delvis med. Men idag handlar det inte som tidigare om att hitta billigare alternativ eller förbättra designen utan om något betydligt mer komplicerat: att lösa miljöproblemen, menade han. Det läggs en massa statliga pengar på forskning. Universitetet utbildar forskare som skriver avhandlingar och kanske också tar fram några gram av något nytt material. Sen falnar forskarnas intresse, de försöker sällan själva nå en bredare publik.

Björn Florman, marknadsförare och en av initiativtagarna till Materialbiblioteket, fyllde på: ”Ingen forskning borde få stanna på universitetet! Det skulle finnas en öronmärkt marknadsföringsbudget inbakad i varje statligt forskningsanslag.”

Och visst, då fanns det åtminstone en chans att fler fick upp ögonen för intressanta resultat. Mindre intressanta också förstås, trodde både publik och panel.

Mikael Lindström hade en viktig invändning: ”Säg att man fått fram några få gram av något nytt... att

tillverka ytterligare ett antal kilo, att vidareutveckla för att använda i någon form av produktion kräver jätteinvesteringar. Tänk alla test som måste till. Klivet fram till något användbart kan ta många år.”

Publiken suckade, även om de flesta visst förstod att forskning tar tid. Och att forskning dessutom måste tillåtas hamna vid vägs ände. De där grammen kanske aldrig kommer att bli fler.

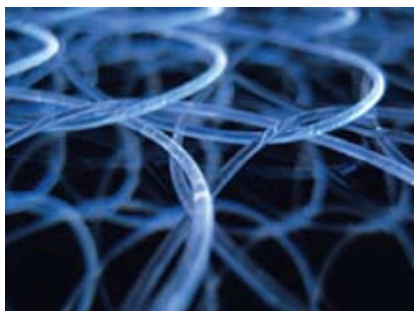
Sker då somlig forskning för forskningens egen skull? Undrade Isitt. Jo, ibland, eftersom det är forskningsmetoder som räknas, inte om forskningen leder fram till något konkret. Det finns inbyggt i den akademiska karriärsstegen. ”Att forska är som att springa med en fackla, man måste veta vart och till vem man ska lämna ifrån sig den. Om ingen frågar efter vad vi forskare gör fortsätter vi att att jobba först och främst för forskarvärlden”, menade Mikael Lindström.

Den spretiga diskussionen på Berns berörde alltså i huvudsak tre olika teman som till den del griper i varandra: hållbar design, nya material och avstånden mellan vardagsliv och forskarsamhälle – alla tre ytterst angelägna för *Design Research Journal*. Vi återkommer till dem alla.

Tills dess: Hallå forskare, vart är ni på väg? Till vem ska ni lämna över era facklor?

Lotta Jonson

Ovan: Ett ovanligt vackert nästan nytt material. Mitsubishi Rayon visat på utställningen Tokyo Fiber i Milano april 2009.



PS. Under nästa termin sätter ett samarbetsprojekt igång på KTH och Konstfack om hur teknik och design kan mötas. Nya material, ny design, ny forskning står på dagordningen. Projektet ska leda fram till färdiga produkter och pågå i över ett år.



Stiftelsen
Svensk
Industridesign

Sveavägen 34, 6 tr 111 34 Stockholm www.svid.se