

DESIGN RESEARCH

SWEDISH DESIGN RESEARCH JOURNAL SVID, STIFTELSEN SVENSK INDUSTRIDESIGN

#2.14



Vart är vi
på väg?

FOKUS:
DESIGN –
KUNSKAPSOMRÅDE
I FÖRVANDLING

SWEDISH DESIGN RESEARCH
JOURNAL GES UT AV SVID,
STIFTELSEN SVENSK
INDUSTRIDESIGN
Adress: Sveavägen 34
111 34 Stockholm
Telefon: 08 406 84 40
Fax: 08 661 20 35
E-post:
designresearchjournal@svid.se
www.svid.se
Tryckeri: TGM Sthlm
ISSN 2000-964X

ANSVARIG UTGIVARE
Robin Edman, vd SVID

I REDAKTIONEN
Eva-Karin Anderman, redaktör, SVID,
eva-karin.anderman@svid.se
Susanne Helgeson,
susanne.helgeson@telia.com
Lotta Jonson, lotta@lottacontinua.se

Forskningsredaktör:
Lisbeth Svengren holm,
lisbeth.svengren_holm@hb.se

DESIGN RESEARCH JOURNAL
bevakar forskning om design,
forskning för design samt forskning
genom design. Tidskriften publicerar
forskning baserade artiklar som
utforskar hur design kan bidra till
en hållbar utveckling av näringsliv,
offentlig sektor och samhälle.
Artiklarna är original eller redan
publicerade. Samtliga forsknings-
artiklar granskas av en akademisk
redaktionskommitté före
publicering.



OMSLAG
Från *Colour by Numbers* som
redovisas i Looove Broms *Story-
forming – Experiments in creating
discursive engagements between
people, things, and environments.*

INNEHÅLL

Helheten är viktig	4
Intervju med Sofia Svanteson, designstrateg och grundare av Ocean Observations.	
Ett vidgat kunskapsfält med detaljer och helheter	11
Om hur designområdet förändrats och synen på designerns och SVIDs arbete utvecklats genom åren.	
Möte med Råven	18
Zsófia Szatmári-Margitai, student från Ungern, har synpunkter på sin framtida yrkesroll.	
Fyra designforskare med skilda inriktningar	20
Samtal med forskare som nyligen disputerat om inriktning och resultat.	
Vad vill designskolorna lära blivande designer?	25
Fem representanter för de traditionella designutbildningarna svarar på frågor.	
Materialiteten finns kvar	31
Lisbeth Svengren Holm	
Design Thinking and Artistic Interventions	32
Marja Soila-Wadman & Oriana Haselwanter	
Designing strategy: Towards a post-rational, practice-based...	43
Ulises Navarro Aguiar	
Rethinking Textile Fashion: New Materiality, Smart Products...	53
Antti Ainamo	
Böcker, Noterat, Konferenser	61
Krönika: Våga utmana oss själva!	67
Cristian Norlin, Master Researcher på Ericsson Research User Experience Lab.	

25 år senare

I år har Stiftelsen Svensk Industridesign, det vill säga SVID, funnits i 25 år. Jag har bara varit med de senaste åren, men även under den tiden har designämnet förändrats och utvecklats.

Så sent som i förra veckan fick jag frågan ”Vad är design för dig?”. Precis som det här numret av Design Research Journal försöker spegla, är frågan inte helt lätt att besvara. Det framgår bland annat av intervjuerna med de nydisputerade som närmar sig designområdet från helt olika håll i sin forskning. Vi kan också se det i beskrivningen av företaget Ocean Observations, vars verksamhet har förändrats rejält de senaste fem åren. Numret innehåller också en artikel om hur designperspektivet inom EU tätt förknippas med begreppet innovation och hur utvecklingen mot att använda design för att skapa policy vinner mark i många länder.

På den korta tid jag har funnits med i SVIDs historia har vårt sätt att arbeta förändrats från att vi själva driver projekt till att vi istället skapar förutsättningar för många aktörer att arbeta designdrivet. Genom våra nationella program arbetar vi med aktörer som på olika nivåer implementerar design. Vi gör det genom att förstärka dem och deras insatser. I de möten jag har, bland annat med dessa olika inblandade aktörer, är det något som nästan alltid kommer upp som avgörande för att lyckas – nämligen behovet av modiga ledare.

När personer vill arbeta med design i en struktur där designmetoder inte är självklara delar i verksamheten krävs det mod att våga arbeta designdrivet då det många gånger är lättare att gå tillbaka till redan etablerade rutiner, processer och arbetssätt. Det krävs också mod att ta till sig av de insikter man kan få när man arbetar i processer där en av de största utmaningarna är att stanna upp – hejda processen – och ta reda på mer istället för att rusa mot en lösning. Det krävs också mod att genomföra de förändringar som krävs.

I mitt arbete träffar jag många modiga ledare som förändrar tjänster, produkter, miljöer, budskap och policyprocesser med design, på de platser där de befinner sig. De finns på olika nivåer i organisationer och i samhället och ofta vittnar de om att de möter ett ganska stort motstånd. Så kanske är det just det där ordet på tre bokstäver som är design för mig. Mod.

Eva-Karin Anderman, Programchef SVID



Eva-Karin Anderman

FOTO: CAROLINE LUNDEN-WELDEN

HELHETEN ÄR VIKTIG

Att vidga perspektivet är grundläggande för Ocean Observations, som gått från att ta fram mobila applikationer till att designa och utveckla mer mångfasetterade tjänster. Det är viktigt att initialt analysera helheten innan det är dags att fördjupa sig i detaljerna. I Ocean Observations team ingår strateger, designer och tekniker, alla med humanistisk inriktning, som tillsammans skapar digitala lösningar för alla.

Sofia Svanteson tar emot på det spatiösa kontoret med vita tomma väggar centralt i Stockholm. Nej, de är inte alldeles nyinflyttade men det senaste halvåret har varit så fyllt av jobb att tavlorna inte kommit upp än hos Ocean Observations. Jag erkänner att jag inte känt till namnet förrän helt nyligen och att den enbart engelskspråkiga webbplatsen inte heller fick polletten att trilla ner.

– Jag kan förklara, säger Sofia Svanteson, grundare av Ocean Observations.

– Tidigare var över 80 procent av våra kunder från andra delar av världen. Vi jobbade med mobila applikationer och uppdrag från telekombranschen: Nokia, Orange, O2, Telus. Vi startade med "user experience"-frågor på en internationell arena där alla termer och fackuttryck är på engelska.

En engelsk sajt var det mest naturliga. När Iphone kom förändrades marknaden totalt. Alltsedan 2009–2010 sköter varumärkena utvecklingen av sina egna mobila tjänster; vår största kundkrets försvann och vi tvingades i det närmaste starta om. Vi borde marknadsföra oss lite bättre här hemma nu men har inte riktigt hunnit med, medger hon.

ALLT SKA KUNNA INTERAGERA

Efter krisen breddades alltså verksamheten och Ocean Observations sysslar idag framför allt med digitalisering ur ett designperspektiv och undersöker hur man kan förändra världen med hjälp av digitala tjänster. Mobilen är ingen egen enhet; allt hänger ihop, alla kanaler som en användare stöter på ska fungera separat men också kunna interagera.

– Vi pratar om "design thinking".

Det handlar om att oavsett om man är en designer eller inte, måste man ha förståelse för att design av produkter, tjänster eller organisationer har en stor påverkan på människors liv. Framförallt måste ledare ha denna insikt när de fattar beslut om hur och varför produkter, tjänster eller system ska tas fram. Ta Tjernobylyolyckan till exempel. Den inträffade på grund av ett designfel i kärnkraftverket och ledde till stort lidande.^{*)} Om vi hjälper företag och organisationer att skapa nya tjänster med hjälp av en designprocess, där man fokuserar på människans behov och beteenden, minskar vi riskerna för både dåliga affärer och missnöjda användare.

KUNDER RUNT HELA VÄRLDEN

Bland Ocean Observations uppdragsgivare finns ABB, Ericsson, Fujitsu, Skype, Karolinska Institutet, ATG, Electrolux, Samsung, Vodafone med flera. På att göra-listan står framtagning av digitala strategier, visualisering av möjliga framtida scenarier, att skapa och/eller förfina användargränssnitt, ta fram interaktiva prototyper →

Ocean Observations

"Att kartlägga utforskade vatten" är något av ett motto för Ocean Observations (se www.oceanobservations.com). Företaget bildades 2001 av bland andra Sofia Svanteson, bilden t h, och har idag 17 anställda i Stockholm och Tokyo. Mellan fem och åtta designprojekt av skilda slag och i olika faser sysselsätter företaget samtidigt. Namnet Ocean Observations är inspirerat av den självbiografiska boken "Tisdagarna med Morrie" (*Tuesdays with Morrie*) från 1997 av Mitch Albom. Den består till stor del av samtal kring livet, döden och mänsklig samvaro mellan den ALS-sjuka sociologiprofessorn vid USA-universitetet Brandeis, *Morrie Schwartz* och författaren, som tidigare var hans elev.

*) Vill du veta mer? Kolla följande länkar:
http://articles.latimes.com/1986-08-23/news/mn-15781_1_design-flaws
http://en.citizendium.org/wiki/Chernobyl_Disaster
<http://www.rri.kyoto-u.ac.jp/NSRG/reports/kr79/kr79pdf/Malko1.pdf>



FOTO: CHRISTIAN GUSTAVSSON

Sofia Svanteson, grundare av Ocean Observations.



FOTO: YLVA SANDBERG

Utbildningsverktyg och webbportal för QuizRR

Sofie Nordström och Jens Helmersson, bägge med erfarenheter från H&M och CSR-frågor (Corporate Social Responsibility) tillika grundare av företaget QuizRR tog i början av 2014 kontakt med Ocean Observations för att be om hjälp. Utgångspunkten för dem var en önskan om att kunna utbilda textilarbetarna i Bangladesh i vilka rättigheter och skyldigheter de har. De ville också hjälpa leverantörer att generera

affärer genom att skapa transparens och öka de globala textilköparnas kännedom om textilföretagens sociala ansvar.

En av nyckelfrågorna handlade om att få textilarbetarna själva att förstå och kräva sina rättigheter. Tanken hos Sofie Nordström och Jens Helmersson var att beställa en digital tjänst som kunde förmedla dessa kunskaper. Samtidigt måste dessa ansträngningar gå hand i hand med att få industri-

ägarna att se sina skyldigheter. Sofie Nordström och Jens Helmersson var övertygade om att CSR-angelägna klädvarumärken, framför allt i Europa, som anlitar textilföretag i Bangladesh skulle vara intresserade av resultaten. Deras erfarenhet sade dem att klädföretagen känner behov av att jobba med CSR-frågor men att de flesta inte har råd eftersom det kräver människor på plats, stora insikter i hur fabriken drivs och så vidare.

→ men också att designa och utveckla kompletta tjänster.

Namnet Ocean Observations har för övrigt en direkt koppling till detta sistnämnda, kompletta. På våren 2001 när Sofia Svanteson och hennes dåvarande kompanjon smidde planer inför starten låg boken "Tisdagarna

med Morrie" på bestsellerlistorna. I den finns en historia om en våg som får panik när den ser stranden och tror att den och alla andra vågor kommer att krossas mot klipporna. "Nej, nej", lugnar vågen bredvid. "Du är ingen ensam liten våg. Du är en del av oss, av havet (the ocean)."

– Precis så, ur ett holistiskt perspektiv, tar vi oss an varje designuppdrag. Det betyder att man inte kan gå in i detaljer förrän man förstått helheten. Så arbetar vi genomgående, berättar Sofia Svanteson.

Själv är hon utbildad civilingenjör från KTH där hon studerade "human →

T v: Ocean Observations Kajsa Sundeson användartestar en pilotversion av utbildningsverktyget på en textilfabrik i Bangladesh. Nedan: Formulär med arbetsplatsfrågor samt en sista-sida från utbildningsverktyget som efter utvärdering nu kan börja byggas, bland annat med hjälp av pengar från Axfoundation.

QuizRR-ägarna presenterade sin idé om ett digitalt utbildningsverktyg med tillhörande portal med mätbara CSR-data. Man vill gärna ha en färdig lösning, en skarp tjänst, så tidigt som möjligt. Teamet på Ocean Observations tvekade och föreslog i stället en designprocess, för att kunna ta fram och testa en slutgiltig prototyp. Att lägga ner tid och pengar på en färdig tjänst utan att veta mer kändes fel. Problemet var större och mer komplext än vad det såg ut att vara, menade Ocean Observations. Beställarna var lite osäkra till en början men ville verkligen ha något som fungerade och blev snart övertygade om att det krävdes svar på många fler frågor.

Designteamet började med att titta på de tre olika målgrupperna för att försöka förstå sammanhangen. Man skissade upp en "empatikarta" där fabriksägarna, textilarbetarna respektive köparnas (det vill säga klädvarumärken i övriga världen) behov formulerades.

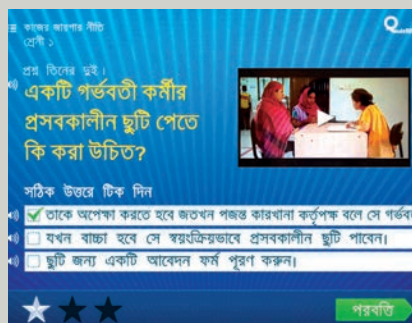
Samtidigt besöktes Bangladesh och intervjuer genomfördes för att samla insikter om miljön och attityder till utbildning i arbetet. Nästa steg var att göra enkla prototyper och att användartesta dem på plats i Bangladesh. Tidigt förstod man att arbetarna helst inte ville göra testen en och en utan i grupp. Det ställde andra krav på desig-

nen, både på hur tjänsten skulle struktureras och på hur man skulle kommunicera den. Andra upptäckter handlade om krav på design och på uppläsning av text – många av textilarbetarna kan varken läsa eller skriva. Hur gör man ett test för dem? Man insåg i samband med detta att det faktiskt var en fördel att genomföra testet i grupp eftersom chansen att någon i gruppen kunde läsa och skriva ökade.

Många hade aldrig sett en läsplatta förut vilket betydde att man måste vara väldigt tydligt vad gäller den grafiska designen. Typ "det här är en knapp, på den ska man trycka". Parallellt handlade det naturligtvis också om innehållet: Vilka mål var det som skulle uppnås med verktyget?

Man tittade också på vad som skulle kunna skapa värde för fabriksägarna. Ett av önskemålen var att kunna marknadsföra sig, visa upp sig i en portal på nätet där det framgick hur duktiga de var, att man jobbade med CSR-frågor och gjorde framsteg.

Det sista steget blev att börja titta på köparna här i Europa, till exempel undersöka vad de behöver veta om

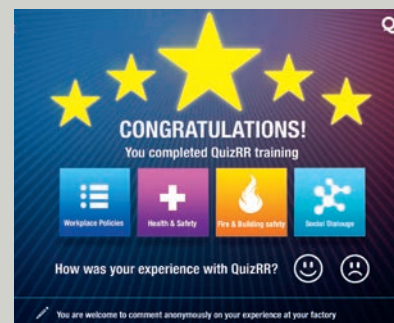


förhållandena i Bangladesh för att vilja anlita en fabrik där.

Nu finns en färdig modell för hur utbildningsverktyget ska användas. I förverkligandet och bygget av portalen kommer också fortsättningsvis användarna att engageras.

Hittills har fokus för projektet legat på Bangladesh men nu går QuizRR in även i Kina. Under hösten har studier gjorts där. Man använde samma prototyp, översatte den till kinesiska och tittade på om behoven är desamma eller om något eventuellt måste förändras. I Kina finns ju en större vana vid digitala produkter och tjänster. Resultatet visade att somliga justeringar krävdes av den orsaken men också på grund av annan lagstiftning. Däremot fungerade hela strukturen av tjänsten också där.

Man skulle kunna tro att intresset för QuizRR är mindre i det totalitära Kina men Sofia Svanteson förklarar att så är det inte. Research i olika typer av fabriker visar att kineserna anser att CSR-frågor är viktiga i den globala konkurrensen.

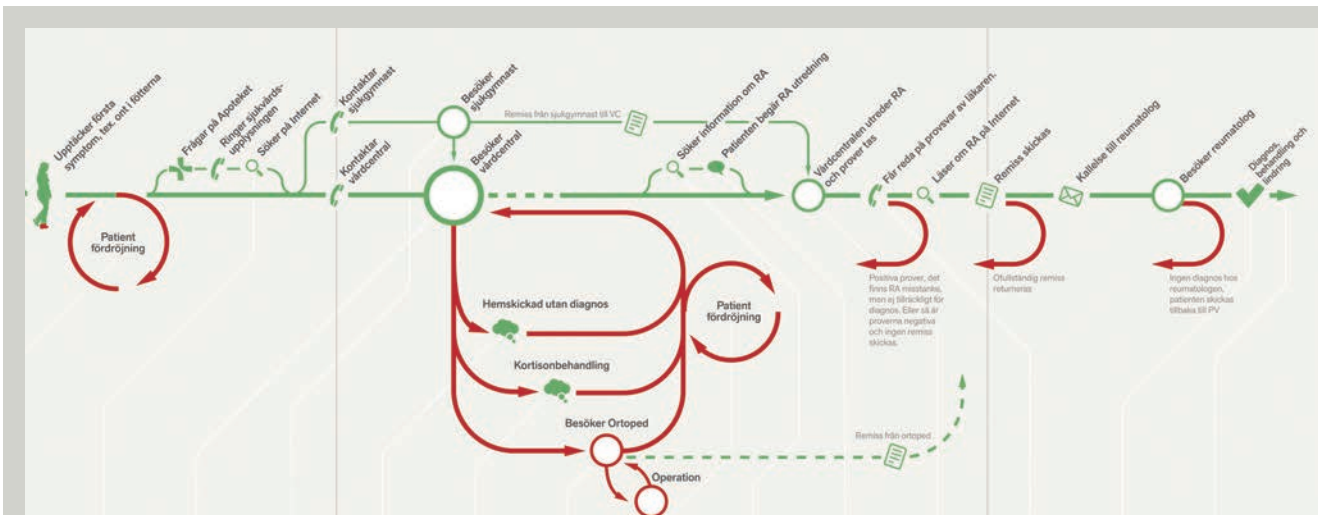


→ computer interaction". Hon lärde sig ta fram lättanvända system som mötte människors behov och beteenden. Men även om hon har en teknisk bakgrund har hennes roll alltid varit designerns.

– Jag kom in i designeryrket från människa-data-interaktionshåll. Efter examen kallades jag informa-

tionsdesigner, senare började man säga interaktionsdesigner. Idag jobbar jag som designstrateg. Tillsammans har vi sjutton personer här en bred kompetens. Det behövs för det holistiska arbetssättet. Flera av designstrategerna hos oss betraktar kunderna både utifrån ett affärs- och ett användar-

perspektiv som de sedan försöker sy ihop. De har endera gått på Handels, fått designutbildning i Umeå eller på Aalto-universitetet i Helsingfors. Våra interaktionsdesigner och grafiska designer kommer också från flera olika håll. Några har en lite mer matematisk problemlösningsinställning, andra kom- →



Ontilederna.nu

Ontilederna.nu är ett av Ocean Observations största projekt inom hälso- och sjukvårdsområdet. Den initiala problemställningen handlade om att patientresan för personer med ledgångsreumatism är alldeles för lång, det vill säga tiden från symptom till diagnos. Somliga

patienter tvingas gå i flera år med värk innan de kommer till specialistvård. Det innebär inte bara ett enormt stort lidande utan också en risk för livslånga sjukskrivningar. Ju längre förloppet mellan sjukdomsdebut och medicinering desto sämre blir förutsättningarna för ett liv utan funktionsnedsättning.

Uppdragsgivarnas (Karolinska institutet och Stockholms läns landsting) beställning löd ungefär: "Vi har en hypotes om att tiden från första symtom till diagnos kan kortas genom att fånga upp individen tidigare och ge dem guidning genom vården med hjälp av digitalt stöd." Ocean Observations fick vara med från början och kartlägga patientresan.

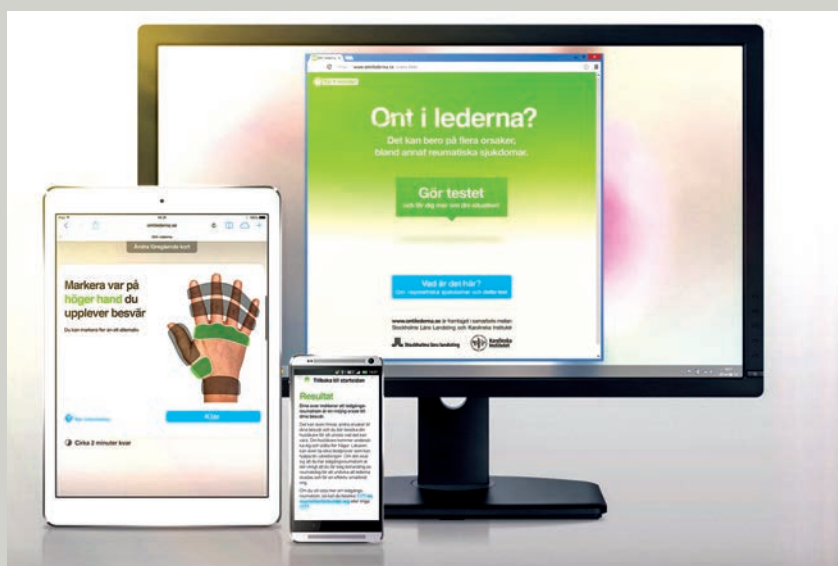
Många patienter börjar sin vårdresa på nätet, andra går till apoteket eller ringer sjukvårdsupplysningen; det händer helt enkelt mycket innan man kommer till primärvården. Ocean Observations intervjuade patienter, primärvårdsläkare, sjukgymnaster, specialistläkare och så vidare. De kontextuella intervjuerna med patienter gav mycket information och man kunde börja titta på olika så kallade *touch points* (se skissen ovan).

Efter alla intervjuer visualiserades olika skeenden. Fokus låg på att illustrera ljuspunkter (tillfällen där patienten är nöjd med vården och mottagandet), problem (då patienten är missnöjd) och brister (situationer där patientens behov inte möts). Detta gav insikter i vad olika fördröjningar beror på.

Om det skulle finnas ett test framt-



FOTO: TINA TARRE



get tillsammans med specialistläkare, primärvårdsläkare och patienter där frågorna ställdes på ett sådant sätt så att patienterna förstod dem, där resultatet var pedagogiskt (att man kunde lära sig av sina symptom), framställningen av resultatet var sådant att primärvårdsläkarna kände "det här är ju bra, det här är validerat, jag ser att det är korrekta frågor, det här hjälper mig att ställa diagnos eller skriva en remiss" – då finns möjligheter att resan till diagnos blir kortare.

En prototyp av en *screening online* togs fram, där den som fått ont i lederna svarade på tio–tolv frågor om sina symptom. Resultatet kunde tas med till primärvårdsläkaren och bli ett stöd i dialogen med doktorn och ett beslutsstöd för läkaren.

Prototypen användartestades och

Motstående sida, överst: Resan för en patient med reumatoid artrit från första symptom tills att diagnos är ställd. De röda markeringarna visar när och hur patientresan kan gå åt fel håll. Motstående sida, nederst: Idégenerering under förarbetena med ontilederna.nu. Övan, stora bilden: Frågeformuläret på ontilederna.nu finns på flera olika plattformar. Det är viktigt att det fungerar lika bra överallt. Övan: Frågeformuläret på ontilederna.nu är så grafiskt tydligt att det knappast går att fylla i på felaktigt sätt. Dessutom är det validerat så att läkarna verkligen blir hjälpta i bedömningen av patientens sjukdomsbild.

med nya insikter utvecklades en första interaktiv beta-version som under hösten 2013 användartestades igen. Resultaten var så bra att Stockholms läns landsting bestämde sig för att ge klartecken för en skarp tjänst och lansera den nationellt. Förhoppningen är att förloppet mellan första symptom och diagnos ska reduceras och att vägen till behandling och lindring går snabbare.

→ mer från det kognitionsvetenskapliga hållet och har läst mer psykologi. Det viktiga är att vårt angreppssätt är tvärdisciplinärt.

Som exempel visar Sofia Svante-son på några olika designprojekt som sysselsatt kontoret under det senaste året. De har olika tema men bygger på en gemensam värderingsgrund om att förbättra levnadsbetingelserna för oss alla.

SKA ÖKA MEDVETENHETEN

QuizRR (se ruta på sidan 6) går ut på att öka medvetenheten hos textilarbetare i Bangladesh om bland annat sociala rättigheter. En kvinna i Bangladesh har möjlighet att vara hemma med lön i fyra månader efter att hon fött barn, enligt lag. Många känner inte till det, kanske inte fabriksägarna heller. QuizRR handlar dock om mycket mer, om att ge ägarna incitament för att förbättra arbetsmiljön och köparna (klädproducenter i övriga världen) kunskap och möjlighet att utöka sitt CSR (Corporate Social Responsibility)-engagemang. Det är resurskrävande att jobba med arbetsmiljöfrågor aktivt, idag är det framförallt de riktigt stora varumärkena som Zara och H&M som har råd. Målet är att också mindre företag ska kunna sitta hemmavid och få svar på funderingar av typ: "Var ska vi kunna tillverka den här blusen? Var hitta en fabrik som kan tekniken? Som har en human inställning till textilarbetarna?".

Kortfattat rör det sig om en portal för köparna och ett utbildningsverktyg för fabriksarbetarna. Uppdragsgivarna ville ha en plattform där man ser vilka fabriker som är villiga att satsa på sin personal, hur det går för personalen efter genomförd utbildning och hur man kan förändra situationen på arbetsplatsen när arbetarna fått mer kunskap. Fabriksägarna måste bli övertygade om →

→ att plattformen inte gör att de kommer att förlora något på sikt.

– QuizRR är ett fint exempel på ett holistiskt projekt. Vi kunde ta ett steg tillbaka, fick chans att förstå mer och därefter lita på att designprocessen skulle vägleda oss fram till de rätta svaren. Beställarna känner till arbetsmiljöerna, förstår den problematik som köparna står inför. De kan CSR, inte digital design, men fick ett stort förtroende för oss. Det har varit otroligt roligt att gå framåt tillsammans, intygar Sofia Svanteson.

Ocean Observations har arbetat med QuizRR sedan i mars. Nu finns en prototyp samt ett underlag för vidareutveckling, dessutom mera pengar. Ax-foundation (Antonia Ax:son Johnson Foundation for Sustainable Development) har bidragit så att tjänsten kan börja byggas.

MINSKADE VÄNTETIDER

Ett annat exempel på tjänstedesign-uppdrag handlar om patienter med ledgångsreumatism (se ruta på sidan 8). Tillsammans med Karolinska institutet och Stockholms läns landsting har Ocean Observations utvecklat en screeningtjänst som lanserades på vissa utvalda primärvårdsläkarstationer i juni. Under sommaren gjordes en pilotstudie som nyligen utvärderats. Därefter beslutade uppdragsgivarna att gå ut nationellt, tjänsten ska införlivas på 1177 och lanseras nu i början av december på www.ontilederna.nu. Det rör sig om ett webbaserat frågeformulär för både på mobil, surfplatta och desktop. Med hjälp av resultatet kan patienten komma väl förberedd till primärvårdsläkaren, som genast ser var i kroppen problemen finns, hur länge de förekommit med mera. Annan viktig information som kan spela roll för den reumatiska sjukdomen (psoriasis, rökning, ärftlighet med mera) finns också

med, alltsammans på ett A4-papper.

– Så här förklarade uppdragsgivarna sina önskemål i början: ”Vi vill hitta ett sätt att förkorta resan från symptom till diagnos med hjälp av ett tjänstedesignprojekt och vi vill att ni använder designprocessen så som ni tycker att den borde tillämpas. Vi kommer att stödja er med all vår kunskap om artrit-sjukdomar och berätta vad läkarna har för behov. Men framför allt vill vi att ni fångar upp patienternas behov och visar på en process som leder fram till en meningsfull tjänst”, säger Sofia Svanteson.

Det fanns ett motstånd hos vissa primärvårdsläkare till en början, berättar hon också. Somliga var oroliga för att patienterna skulle ställa sina egna diagnoser, kanske utifrån sådant de läst i kvällspressen. Men många läkare inser också att vården måste förändras framöver.

– Alla vårdbudgetar är på tok för höga idag. Med hjälp av digitala tjänster skulle man kunna sänka dem rejält. Här behöver inte läkaren lägga all tid på att fokusera på detaljfrågor utan kan bli mer empatiska i mötet med patienten. ”Ontilederna”-projektet passar alla åldrar, prototyperna har finslipats och slutresultatet är lika pedagogiskt för 70-åriga pensionärer som för 20-åringar. Mycket tack vare att vi fick vara med redan från allra första början.

Ett tredje exempel gjordes för Electrolux. Det handlade om designen av ett nytt kök där åtta olika maskiner skulle förses med touch screen-skärmar och nya användargränssnitt. Den referensgrupp som testades bestod av lorder på landsbygden utanför London samt finansfolk på Manhattan; kostnaden för det nya köket uppgick ju till någon miljon kronor. Ett lite udda uppdrag, som fokuserade mer på upplevelsen av ett varumärke

än de tidigare beskrivna.

VIKTIGT ATT VARA DELAKTIG

Sofia Svanteson tror att varje människa har behov av att känna sig delaktig i en process och också i samhället i stort. Som designer börjar hon där. Somliga designer ritlar stolar och utgår då ifrån det behov sittandet kräver. På Ocean Observations designar man digitala tjänster, webbsidor eller applikationer men designtänket är i grunden detsamma.

Hinner ni med att diskutera er egen yrkesroll här på kontoret, undrar jag slutligen, inte bara användarnas?

– Ibland. Men vi måste alltid prioritera användarna, deras behov måste styra uttrycket också när vi fattar estetiska beslut. Vi är långtifrån överens i vår grupp om hur något ska visualiseras. För mig handlar design till stor del om meningsfull visualisering. Det är häftigt att tänka sig att det är lättare att skriva en 30-sidig rapport än att sammanfatta en situation grafiskt på en A4 – så att alla begriper. Då krävs att man stöter, blöter och jobbar om så att man får ihop det. Man måste ta hänsyn till kulturella skillnader. I Bangladesh gick det inte att använda en högtalare som symbol för en ljudfil. Ingen fattade. Den typen av stötestenar finns hela tiden. Men det är ju en del av utmaningarna inom designjobbet.

Lotta Jonson

Ett utvidgat kunskapsfält med detaljer och helheter

Det finns inte längre en enda sanning om vad design är. Både ämnesområdet och designyrket utvecklas i olika riktningar. Beteckningarna är stundtals förvirrande. Samtidigt sägs att design är en viktig bidragsgivare till samhällsutvecklingen, bland annat inom EU när innovationsfrågor kommer på tal. Men vilken design? Vart är området på väg?

Design – ett kunskapsområde med värsta identitetskrisen? Eller kanske mitt i en dynamisk utveckling mot en hägrande framtid. Vart är designbegreppet på väg? Ord som user-driven, interaction, service, innovation förekommer ofta i designsammanhang. Och titlarna är många. Från designer rätt och slätt till ämnes- eller materialanknutna beteckningar som möbeldesigner, textildesigner eller grafisk designer. Och från produktdesigner, industridesigner, webbdesigner, speldesigner till mer imaginära benämningar som interaktionsdesigner, designstrateg, processdesigner, servicedesigner, tjänstedesigner, verksamhetsdesigner, konceptdesigner, digital konceptdesigner... Vart tog de estetiska och skulpturala dimensionerna vägen? Och var står designforskningen mitt i alltsammans?

Redan från slutet av 1800-talet, när den industriella utvecklingen tvingade fram en mekanisering av hantverket, fanns det inom industrin behov av personer med förmåga att föra samman tekniska och estetiska färdigheter. Men det var först efter andra världskriget, i samband med att industrialiseringen tog ny fart, som designyrket definierades. Det var definitivt enklare att beskriva både arbetsfält och kun-

skapsområde då än idag. Återigen har ny teknik förändrat förutsättningarna; med den digitala revolutionen kopplad till ett allt större miljömedvetande har fokus riktats om. Från pryltillverkning till serviceproduktion både inom det privata näringslivet och den offentliga sektorn. Industridesignern/produktdesignern har fått konkurrens av tjänstedesigner. Tjänstedesign antas till och med bli huvudsysslän för designutbildade framöver. En tjänstedesigner sysslar mycket med metodik och interaktiva processer i dialog med användarna medan de rent estetiska inslagen tycks röra visualiseringar för att göra idéerna mer handfast begripliga för omvärlden.

Bland mer traditionellt inriktade designer råder en viss frustration. Vart är vi på väg?

Förr brukade man skämta om att den högsta drömmen hos varje designer var att rita bilar och det stämde nog till en början. På 1970-talet, när Sverige till sist fick en regelrätt industridesignutbildning, var dock många av de studerande mer intresserade av att jobba samhällsinriktat med handikappredskap och förbättrade arbetsmiljöer till exempel. Under slutet av 80-talet blev allt fler designer delaktiga

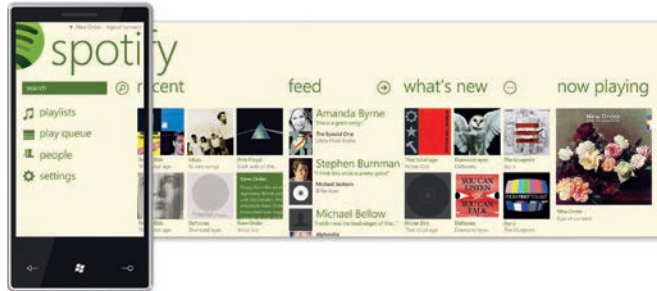
i managementdiskussioner; de började ses som en resurs i företagsstrategiska sammanhang.

SKÄRPSTA KRAV

Hans Himbert var en av första i Sverige med examen i industridesign. Han är fortfarande knuten till Veryday (f d Ergonomidesign), design- och innovationsbyrån, som i våras fick det som brukar kallas designvärldens Nobelpris, Red Dot: Design Team of the Year 2014.

Enligt Himbert har nivån inom designyrket höjts enormt de senaste åren samtidigt som kraven skärpts. En industridesigner av idag måste kunna jobba nära andra yrkesfält och ta in kunskaper från andra områden. Området har blivit så omfattande att fler tvingas specialisera sig. Däremot menar han att ord som "användardrivet" och "designmetodik" inte är några nya begrepp. De har han hört så länge han kan minnas.

– En av de stora skillnaderna mot förr är att vi jobbar mer integrerat med andra i ett projekt. Hos oss har vi anställt personer som är specialister på till exempel olika material, materialkombinationer och även färgsättningsmöjligheter. Tidigare måste var och en →



Överst t v, Hans Himbert, tillsammans med kollegan Maria Benktzon tar emot ett av många designpris. Båda började arbeta på Verydays föregångare redan på 1970-talet. I övrigt symboliserar kolla- get utvecklingen från rena produktuppdrag till dagens av digitala lösningar och hela servicesystem.

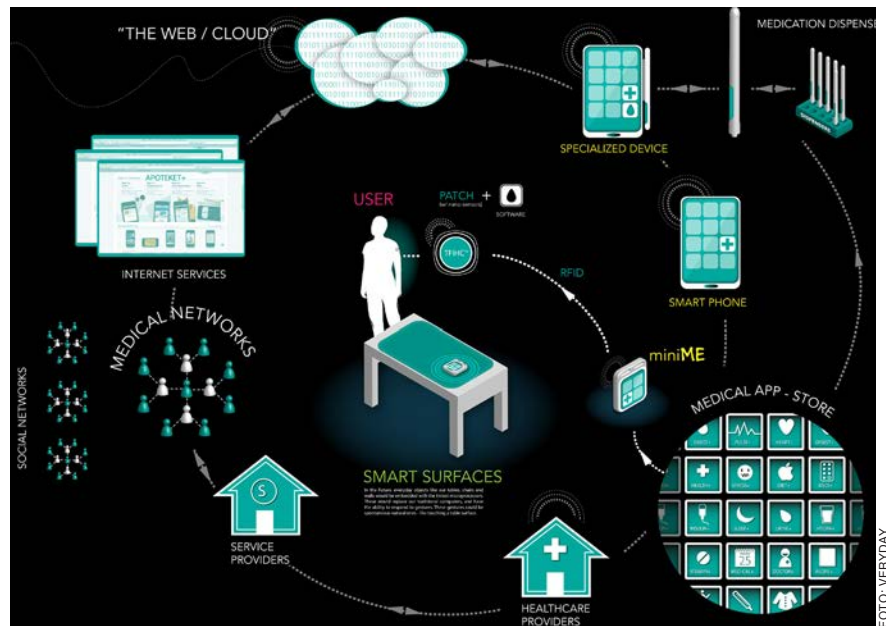


FOTO: VERYDAY

→ av oss kunna allt men nu är någon av dessa specialister automatiskt inkopplade i varje uppdrag.

– Från att ha varit ett företag som bara sysslat med industridesign och produkter är vi ett stort gäng som jobbar med allt från interaktion till designstrategi. Vi hjälper företag och organisationer att hitta rätt, att nischa dem helt enkelt. Ergonomer är alltid med och vi har en egen researchavdelning. Vi konkurrerar med världseliten inom vårt område. Det är både utmanande och tufft. Att vara ensam designer med stora kunder är omöjligt idag.

FÖRÄNDRINGAR I SJU PUNKTER

Anna Valtonen, tills helt nyligen rektor för Designhögskolan i Umeå, beskriver förändringarna inom designyrket i sju punkter. I sin avhandling från 2007 ”Redefining industrial design: changes in the design practice in Finland” studerade hon visserligen finska förhållanden men slutsatserna stämmer bra för Sverige också.

För det första öppnade de internationella ekonomiska kriserna under 1990- och början av 2000-talet ögonen för designens innovativa betydelse. Det gjorde design till en större nationell fråga, något som inte bara har med enskilda företags utveckling att göra utan med hela samhällets. För det andra har antalet industridesignutbildningar och antalet nytexaminerade designer ökat explosionsartat. För det tredje förändrade nya tekniker (IT och CAD) arbetsformerna på ett genomgripande sätt. För det fjärde har de organisationer som designer arbetat inom förändrats och skapat nya regler samtidigt som nyutbildade designer har en bredare bakgrund än de hade tidigare. Rollen har i och med det ändrats från att vara enbart produktutvecklingsorienterad till att inkludera

till exempel strategiska frågor och en större förståelse av användarna, för det femte. För det sjätte har expansionen av det egna fältet gjort det omöjligt för den enskilde att kunna greppa allt; specialisering har blivit en nödvändighet. Slutligen, design står fortfarande inte riktigt på någon egen gedigen teoretisk bas. Designerns roll har därför diversifierats och gränserna blivit diffusa. Slutsatsen är, enligt Anna Valtonen, att det inte längre finns en enda sanning om vad design eller för all del industridesign är. Istället har en mängd olika inriktningar utvecklats inom yrket. Paradoxalt nog erkänns design samtidigt som en viktig bidragsgivare till samhället som helhet.

SNABB NATURLIG UTVECKLING

– Breddandet av designområdet har gått fort. Att designa tjänster är idag en jättestor del av världsekonomin. Fast redan för snart tretton år sen, när jag började här, sade vi att design är mycket mer än bara något som låter när man tappar det i golvet. Då fick vi kritik: ”Nu får ni väl ge er, ägna er åt det ni kan”, minns Robin Edman, vd för SVID.

– Det som därefter hänt är bara en naturlig utveckling på något som började för länge sedan och som fortfarande handlar om att förbättra och förenkla livet för alla människor. Design kan inte rädda världen men vara ett av många verktyg för att förbättra den. I kombination med annat, menar Robin Edman.

Vad betyder formen då, det estetiska uttrycket? Ingenting numera?

– Egentligen har inget förändrats på den punkten, varken teoretiskt eller praktiskt. Produkter behövs ju fortfarande. Den som arbetar med produktformgivning är specialist på formfrågor. Formintresset har verkligen inte minskat, tvärtom. De estetiska och

formmässiga kraven på designer har också ökat i och med att det allmänna intresset för design stigit runtom i samhället.

Vi i Sverige är bra på innovationer, sägs det. Men det stämmer bara till viss del, enligt Robin Edmans analys. Vi är visserligen bra på att komma på idéer här, men inte på att ta dem vidare, och vi har dålig verkningsgrad på det idéarbete som utförs. För att förbättra utväxlingen behövs designtänkande och den metodik som designer lär sig att behärska. Här finns en gigantisk designuppgift helt enkelt.

Men innebär då inte ett utvidgat →



Anna Valtonen

FOTO: ANDREAS NILSSON

→ designbegrepp att det blir ännu svårare att förklara för omgivning, industri och uppdragsgivare vad en designer verkligen kan, varför design behövs och varför det lönar sig att satsa på design? Robin Edman medger att så kanske det kan vara med det samtidigt en av utmaningarna.

Han berättar om ett projekt på EU-nivå som nyligen avslutats. Det rörde möjligheten att mäta design. Inom projektet diskuterade man sig fram till hur design kan definieras på bästa sätt och kom fram till följande: Design är integrationen av funktionella, emotionella och sociala nyttor.

– Om man kan bocka av samtliga dessa tre komponenter (funktionell nytta, emotionell och social dito) så är en företags bra designad. Många mätningar och beskrivningar av design har hittills inte alls handlat om någon eventuell integration av de här tre nyttorna utan om personer, om designer. ”Jo, det här företaget jobbar mycket med design, de har tre designer knutna till sig.” Antalet anställda designer har inte med saken att göra, de må vara hur praktiskt eller teoretiskt designutbildade som helst. Frågan är i stället hur mycket organisationen jobbar med design. Genomsyras hela verksamheten av designtänkande? Produkterna? Varorna, tjänsterna? Här i Sverige är vi extremt fixerade vid att det just är en designer, designern och ingen annan, som gör designjobbet. Visst, designern är ofta utbildad för att vara spindeln i nätet. Men som designer måste du kunna involvera andra i designprocessen. Andra kan också jobba med design.

– När jag började inom yrket →



Robin Edman, vd för SVID och Vice President för BEDA (President från och med juni 2015).

BEDA och EU

BEDA (Bureau of European Design Associations) spelar en viktig roll för att få EU-kommissionen att bli mer designmedveten. BEDA bildades 1969 och har idag 46 medlemsorganisationer från 24 EU-länder. Det rör sig både om promotor- och yrkesorganisationer, tillsammans representerar de ungefär 400 000 designers (från industridesigner till interaktionsdesigner och personer som sysslar med management och branding). BEDA finansieras av medlemsavgifter och leds av en styrelse som väljs vartannat år. Fram till juni 2015 är *Robin Edman*, vd för SVID, Vice President. Därefter blir han automatiskt President i två år.

Vad gör BEDA för att stärka designkunskaperna inom EU?

– Om Europa ska kunna hålla jämna med den övriga världen måste vi hitta nya sätt att utveckla både den producerande industrin och tjänstesektorn – såväl inom den privata som den offentliga sektorn. Där finns för övrigt de största utmaningarna. Det gäller därför att se till att vi börjar använda metoder som vi vet kan

fungera. Design är en sådan metod.

BEDA:s uppdrag är hyfsat enkelt, menar Robin Edman, nämligen att vara ett bollplank gentemot administrationen i EU och därmed föra in designtänkande på samtliga nivåer. Men om det ska lyckas måste alla på ministernivå hänga med.

– De senaste åren har vi jobbat i tre steg. Det första är redan passerat; EU ska ha en övergripande designpolicy. Om det råder inga diskussioner. Det andra steget håller vi på med nu, det handlar om att design ska in i alla andra policyer. Målet för det tredje är att använda designmetodik för att *skapa* policyer. Där är frågorna fortfarande öppna: Kan man utveckla nya företeelser med hjälp av designprocessen? Är design ett bra innovationsverktyg? Vi har dock kommit en bit på väg och det har hänt en hel del på senare tid. Inom EU-kommissionen har man erkänt att design är av avgörande betydelse för innovation. Däremot måste vi undersöka hur man ska göra för att få större verkkningsgrad på designarbetet, förklarar Robin Edman.

Intentionen är alltså att alla ledamöter inom EU-kommissionen ska känna

till vad design kan åstadkomma. Enligt Robin Edman finns det en öppenhet inom EU; så fort BEDA vill går det att få till stånd diskussionsmöten. Han har inte heller märkt att andra kriser inom EU-området gör det svårare att nå fram på handläggarnivå.

BEDA har också stor del i det nu pågående EU-projektet EDIP/Design for Europe (se sidan 16) eftersom de flesta i projektkonsortiet är medlemmar i BEDA.

– Den utveckling av designområdet här i Sverige – som kan kännas skrämmande eftersom det blir så brett och inkluderar många fler människor och professioner – är ännu mer tydlig i samtal med internationella kollegor. Men hos dessa finns inte samma oro, tvärtom. Där heter det i stället: "Hur ska vi anpassa oss för att kunna hänga med på tåget?" Samarbete handlar om att ge och ta. Det gäller att vara ödmjuk, bidra med sitt och samtidigt se att det finns många värda att lyssna till. Så försöker jag jobba inom BEDA och EU, avslutar Robin Edman.
www.beda.org

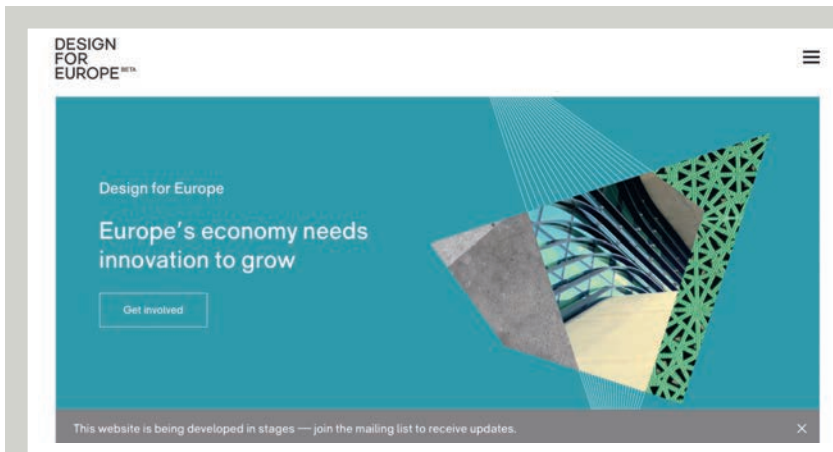
→ kändes det som ett nederlag om man inte klarade av allt själv. Om man ville tillkalla en ergonom när man höll på att göra ett handtag hette det "vadå, du är ju industridesigner". Det var viktigt att benämnas industridesigner. Som sådan skulle man själv göra analyser, tänka på brukaren och så vidare. Idag känns beteckningen industridesigner begränsande. Designområdet har blivit mer demokratiskt. Webben haft stor betydelse för detta, smartphones likaså. Design handlar bland annat om att kunna tämja nya tekniker. Att använda designmetodik för att formulera behov

och sedan rätta tekniken efter det, hitta teknologi som kan lösa specifika problem. Inte tvärtom. Jag känner mig glad, när jag tänker på att så många använder design för att skapa ett samhälle som är bättre för fler att leva i.

Robin Edman påminner om hur varningarna för desktop publishing (som möjliggjorde för alla att göra layouter) lät för drygt tjuo år sedan: "Alla grafiska designer kommer att försvinna". Så blev det inte, snarare tvärtom, de grafiska specialkunskaperna blev bara viktigare. Nu varnas för att icke-professionella kommer att

ta över designers arbete. Helt i onödan, menar han.

– Det finns prestige bland många designutbildade. En av grundprinciperna när man jobbar med design är att ta in annan kompetens och involvera andra i arbetet. Vilket går stick i stäv mot den där prestigefyllda approachen. Som designer bör man istället vara ödmjuk inför vad alla andra runt omkring kan. Tillsammans kan man lösa problem bättre. Inom designforskningen har det aldrig funnits den här skiljelinjen mellan tjänstedesign och produktdesign. Kanske är det en →



Designplattform för Europa

FÖLJANDE står att läsa på EU-kommissionens webbplats:

”Det råder politisk enighet i Europa om att alla former av innovation måste stödjas för att säkerställa konkurrenskraft, välfärd och välstånd. Designens betydelse som nyckelkunskap och central aktivitet för att utveckla idéer till verklighet, erkänns i den så kallade Innovation Union (åtagande nr 19) – en viktig del av Europe 2020, det vill säga EU:s tillväxtstrategi.”

Från 2007 och framåt har ordet design funnits med i diskussioner om Europas framtida utveckling. Diverse projekt har pågått och avslutats. Så till exempel ”The European Design Leadership Board” (2011–12) som resulterade i skriften ”Design for Growth & Prosperity”.

Under 2014 avslutades ytterligare sex projekt, bland annat ”IDeALL” (Integrating Design for All in Living Labs). Det syftade till att sammanföra designers med avancerad ekologisk teknik för att ta fram verktyg och metoder för användarcentrerad och designdriven innovation och på så sätt kunna öka företagets konkurrenskraft.

Ett annat kallades ”EuroDesign – Measuring Design Value”. Det skulle formulera en ny uppsättning frågor

som kan hjälpa EU:s Community Innovation Survey (CIS), det vill säga EU:s så kallade innovationsundersökningar att mäta och värdera designens betydelse. Samtliga projekt finns presenterade på: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/policy/design-creativity/projects_en.htm

Där finns också länkar till projektens slutredovisningar.

Just nu pågår endast ett projekt av samma typ som de tidigare, medfinansierat av EU-kommissionen. Å andra sidan är det mera övergripande och kan komma att få stor betydelse: ”The European Design Innovation Platform” (EDIP). Numera kallas det rätt och slätt ”Design for Europe”. Det startade i januari och ska pågå i tre år.

Projektet genomförs av ett konsortium med 14 organisationer som leds av brittiska Design Council. För att driva det har man fått 3,8 miljoner euro. Slutresultatet ska föregås av en rad workshops, möten med mera och väntas bli en webbaserad plattform, där all kunskap inom designområdet ska samlas. Redan nu kan man få en försmak av hur sajten kan komma att se ut. Gå in på: <http://designforeurope.eu>

→ generationsfråga; de yngre klarar av ett mer flytande designbegrepp.

TVÄRVETENSKAPLIGT TÄNKANDE

Vad säger då Yvonne Eriksson, professor vid Akademin för innovation, design och teknik, Mälardalens högskola? Hon är med och tar fram kursinnehåll för en av de allra senaste designutbildningarna, ett Master-program kallat ”Innovation och design”, som kommer att startas 2016.

Så här heter det bland annat i kursplanen: ”I de olika programkurserna arbetar vi med innovation och design ur olika perspektiv som gestaltning av information, produkter, tjänster och service. Teknik och samhällsvetenskap möts och erbjuder unika möjligheter att lära sig process- och projektarbete ur olika perspektiv. [...] Utbildningen fokuserar på tvärvetenskapliga projekt i samarbete med näringsliv och omgivande samhälle.”

– Det här kan betraktas bland annat som en fortsättning på och fördjupning av den utbildning i Informationsdesign med tre inriktningar, (Informativ illustration, Textdesign och Rumslig Gestaltning) som vi redan bedriver. Vi har också ett forskarutbildningsämne som kallas ”Innovation och design” och som tar upp utvecklingsprocessen från idé till färdig produkt. Den nya Master-kursen kommer i stället att öppna upp för den som bland annat vill få forskningskompetens inom området informationsdesign.

BRED PALETT

Informationsdesign, informationsdesigner. Ytterligare en nyans på designområdets breddade färgpalett. Yvonne Eriksson förklarar:

– En informationsdesigner sysslar med alla möjliga informationsbärande artefakter. Informationsdesign kan →



Yvonne Eriksson, professor vid Akademin för innovation, design och teknik, Mälardalens högskola.

→ handla om att förmedla sådant som kanske kräver rumslig gestaltning eller andra mer svärfångade uttryck. Men det är innehållet och sättet som det förmedlas på som är viktigast för en informationsdesigner. Ofta arbetar informationsdesigner med specifika målgrupper både inom industrin och inom offentlig sektor.

Nära hälften av den redan nu existerande kandidatutbildningen i ämnet Informationsdesign på Mälardalens högskola ägnas åt kognitiva och perceptuella processer som ingår i informationstolkning samt olika metoder för att nå människors uppmärksamhet. Lärarna består både av hantverkskunniga personer, humanister och tekniska experter. Det tvärvetenskapliga perspektivet går som en röd tråd genom alla moment. Intressant. För det är just

ett tvärvetenskapligt tänkande som behövs – också inom designområdet – i en global värld där allt hänger ihop.

Lotta Jonson

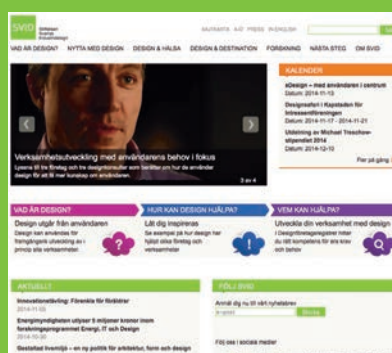
SVID från matchning till innovationsverktyg

Mål

SVIDs mål är att "designprocessen används i allt innovations- och förändringsarbete".

Vision

SVIDs vision är att "design är en självklar drivkraft för hållbar utveckling".



www.svid.se

Förändrade uppdrag

SVID bildades 1989. Då och många år därefter var ett av uppdragen att matcha ihop designer med företag. Idag har SVID i stället ett designföretagsregister med 400 företag. Registret finns på webben och kan användas av alla.

När nuvarande vd Robin Edman började på SVID, var ett av målen att få personer inom näringslivet att se att design kunde spela stor roll för kommersiell framgång. Idag står ett bredare och mer långsiktigt samhällsinriktat policy-arbete på agendan. De övergripande mål- och visionsskrivningarna handlar om designprocessen och om att design ska vara ett verktyg i allt innovationsarbete.

Vad har SVID för strategi i en framtid när designbegreppet vidgas?

Robin Edman:

– SVID ska visa på effekten av vad design kan åstadkomma. Samla den kunskap som finns inom designområdet, skapa nätverk och sprida kunskan. Viljan att förstå och jobba med design har vuxit enormt sedan SVID bildades. Fast fortfarande finns mycket att göra inte minst bland politiker och beslutfattare på högre nivå.

– Jag skulle vilja att alla förstod att design är ett verktyg för att skapa ett bättre, hållbart samhälle för framtiden. Men det förutsätter ju att alla, även på ministernivå, ser det breddade designbegreppet.

– Design innebär samarbete. Morgondagens design kommer att i allt högre grad involvera många människor än idag.

MÖTE MED RÄVEN

Designern möter alltid Rävén. Ända sedan Antoine de Saint-Exupéry's "Lille Prinsen"^{*)} vet vi att vuxna ofta identifierar sig med sitt yrke och att den första frågan alltid lyder "Vad gör du?". Som om det skulle säga något särskilt avgörande om en person. Det är här komplikationerna börjar.

Själv har jag studerat Design Theory, pluggar nu Business & Design och tillbringar för tillfället min tid på SVID som Design & Policy-praktikant. Sammantaget betyder det att jag är designteoretiker och samtidigt en businessinriktad designer på väg att bli expert på designpolicy-frågor. Fast definitionerna är hela tiden mer och mindre beroende av yttre omständigheter och krav.

Vad är designens och designerns roll? Varför förstår och accepterar jag ständiga förändringar genom att tillmötesgå dem och villigt vidareutveckla dem? Är jag en designer? Frågor av det här slaget finns ständigt i mitt huvud; svaren skiljer sig från gång till gång.

Som jag ser det bygger mina designfärdigheter på en specifik attityd och analyserande tankeförmåga som först och främst gör mig lämplig både att använda eller diskutera design. Detta bottnar i sin tur i en stark känslighet och förmåga att se holistiska sammankopplingar och beroendeförhållanden, en genuin vilja att leva, det vill säga att tänka, känna, prata och agera med ett *vidöppet medvetande*.

Det är inte överraskande att designens och designers roll har förändrats över tid. Under 1900-talet framställdes en designer mestadels som en hjälte

som löser "wicked problems"^{**)} på *sitt* eget sätt eller tillsammans med andra i ett team. Så är det fortfarande. Designern är också en social entreprenör med specialuppdrag: att använda, utbilda, skapa allt på ett designmedvetet sätt för samhällets bästa. Men en designer kan också hoppa in på områden som berättande psykologi, arkeologi och astronomi med ambitionen att skapa något nytt genom att applicera nya kunskaper inom ett annat begränsat område. Det är medvetenheten som både skiljer och förenar skickliga designer.

Numera håller det traditionella sättet att beskriva vad design och en designer är sakta på att försvinna. Så jag har frågat mig själv: Är jag verkligen en *designer*, jag med min Design Theory- och Business & Design-bakgrund, jag har ju aldrig formgivit en stol, ritat ett hus eller designat någon trycksak? Eller är design inte *design* längre utan något mer?

Under min akademiska karriär har jag definierat mig på flera sätt. Jag har skaffat mig viktiga baskunskaper genom undervisningen i designteori och studier i discipliner som narrativ psykologi, designhistoria och designfilosofi, kulturanthropologi, kritiskt och kreativt skrivande, kommunikation och så vidare. Det har gjort det möjligt för mig att se hur mönster, som bildas av olika företeelser som alla är sammankopplade och beroende av varandra, ständigt förändras. Denna förståelse kan överföras till praktiskt taget alla problemområden. I Business & Design-undervisningen ser jag hur

fördelaktigt det kan vara att använda design i olika typer av affärsverksamhet och hur viktigt det därför är för en designer att lära sig ekonomi och business. Inte minst därför har jag börjat tänka på mig själv som *designer* – fast då i en roll som mer handlar om hur design och designern kan samverka för att förändra civilisationen i en större och vidare kontext.

Så nästa gång när jag blir tillfrågad vem jag är, jag kommer att säga precis det, jag är designer. Men det är klart, om jag träffar Lille Prinsen och Rävén, hamnar jag förmodligen i knipa – igen.

Zsófia Szatmári-Margitai

*) Antoine de Saint-Exupéry's "Lille Prinsen" ("Le petit prince") * är en vemodigt filosoferande berättelse för barn (och vuxna) om en liten prins, som faller ned från en asteroid till jorden. En klok räv blir hans mentor och förklarar bland annat för honom att man bara ser klart med hjärtat. Boken skrevs 1943 och har översatts till närmare hundra språk.

**) Begreppet "wicked problem" är numera en välkänd designterm, som från början präglades av Tim Brown på den amerikanske designbyrån IDEO.

Zsófia Szatmári-Margitai

är uppvuxen i Ungern och tog sin kandidatexamen i Budapest. Från och med 2013 är hon masterstudent på Business & Design vid HDK i Göteborg. Den obligatoriska praktikterminen, hösten 2014, har hon tillbringat på SVID.



Zsófia Szatmári-Margitai, Design & Policy-praktikant på SVID.

FOTO: CAROLINE LUNDÉN-WELDEN

Ny Design Research Journal

Den svenska Design Research Journal är inne på sitt sjätte år. Efter en första trevande utgåva fick tidskriften sin form i och med #2.09. Därefter har den sett ut så här i ytterligare tio nummer. En tillräckligt lång tid har gått för bedömning av både form och innehåll. Resultat: Att Design Rereach Journal behövs – om vet råder ingen tvekan – men det är dags för förnyelse.

Nästa nummer av Design Research Journal kommer att se annorlunda ut jämfört med det nummer du nu har i din hand. Just nu så gör vi om mallar, strukturer, sektioner och vi laddar med energi och inspiration. Vi vill skapa en journal som fångar uppmärksamhet, som främjar och utvecklar designområdet där värdet av att både läsa och publicera sig är tydligt.

Den struktur som vi har haft de senaste åren kommer att ersättas av en integrerad struktur utan den separata delen för forskningsartiklarna. Forskningsartiklarna kommer istället att vara integrerade i journalen och det övriga innehållet. Den övergripande strukturen kommer att vara utbytbar beroende på område och fokus för respektive nummer. Sektioner som forskning, intervjuer, exempel, EU-fokus, internationell utblick, diskussions- och studentforum kommer att integreras med mindre teoretiska delar som: teoretisk verktygslåda, rekommendationer och praktikfall. Vi tror att detta kan förstärka innehållet och underlätta förståelse och kunskapsspridning.

Sommarnumret, Design Research Journal #1.15, kommer att handla om framtiden ur ett designperspektiv. Vår vision är att förändringar genomförs av designmedvetna beslutsfattare på alla nivåer. Där framtidens lösningar bygger på kreativa, tvärvetenskapliga samarbeten för att lösa de globala utmaningarna. Designprocessen ger sådana nya sätt att arbeta tillsammans över gränserna, i nya former för att kombinera utvecklingen av ny kunskap med nya funktioner för försöks- och lärandeprocesser för förändring. Genom att arbeta för ett paradigmskifte i medvetenheten och insikten om design i beslutsfattandet och i den offentliga och privata sektorn vill Design Research Journal skapa en plattform där forskningen är central i kunskapsbyggnandet och utvecklingen av framtiden.

Vi ses i juni!

Eva-Karin Anderman

Fyra designforskare med skilda inriktningar

Feministisk teknovetenskap, diskussioner om textens diktatur och dess nytta i designverksamheten, rummets betydelse för innovativt tänkande samt ett designprogram som uppmuntrar till ett experimenterande sätt att designa föremål och platser som berikar vardagliga berättelser. Det är några ämnen som upptar fyra designforskare. Här berättar de mer om hur och varför.

Designforskningen i Sverige vinner mark och allt fler ingångar till och aspekter på området kan skönjas bland de till antalet ständigt växande doktorandernas arbeten. Även mängden lärosäten där denna typ av forskning pågår blir allt större. Ett av dessa är Blekinge tekniska högskola där *Linda Paxling* skriver på sin avhandling *Imagining socio-material controversies – a feminist techno-scientific practice of methodology, action and change*, tänkt att bli färdig 2016.

DESIGNFORSKNING VIKTIG INGÅNG

I denna visar hon hur ny teknik förändrar våra dagliga erfarenheter av hur vi interagerar, leker, lär oss och utvecklas – på gott och på ont. Ta till exempel mobiltelefoner. De kan användas för att tillhandahålla hälsovårdsinformation i avlägsna områden och samtidigt för att aktivera en bomb.

– I min forskning studerar jag mobil teknik, digitala spel och internationell utveckling. Aktörer i teknikbranschen driver utvecklingen mot utanförskap och maktobalans. Vad jag

bland annat undersöker är att om vi föreställer oss en annan verklighet med en annan uppsättning aktörer – vilka kan dessa vara? Hur skulle begrepp som delaktighet, demokrati och jämlikhet kunna ingå i deras verkligheter? Och hur skulle designprocessen se ut? säger Linda Paxling.

Ditt forskningsområde är feministisk teknovetenskap och design. Vilka tidigare erfarenheter fick in dig på området ifråga och hur yttrar sig det feministiska perspektivet i din forskning?

– Mina erfarenheter kring teknovetenskap*) utgår främst från etnografiska studier i Östafrika med teman som postkolonialism, genus och design. Men även tidigare erfarenheter från näringslivet och offentliga sektorn har varit viktiga för att jag skulle kunna förstå organisationsstrukturer och maktpositioneringar. Designforskning blir en viktig ingång för mitt avhandlingsarbete. Ju mer jag har förkovrat mig i produktionen av mobiltelefoner och digitala spel desto mer ser jag vikten av innovativa designprocesser. Vilka är skaparna, vilka är användarna och vad styr deras agenda? Vilka infrastrukturer begränsar och möjliggör

den tekniska utvecklingen?

Hon tillägger att det feministiska perspektivet grundar sig i ett kunskapsteoretiskt förhållningssätt till vetenskap och kunskap. Vems teknik använder vi och vems kunskap får vi ta del av? →



Linda Paxling, doktorand vid Blekinge tekniska högskola, jobbar just nu med sin avhandling som fått arbetsnamnet "Imagining socio-material controversies – a feminist techno-scientific practice of methodology".

*) Termen **teknovetenskap** myntades av den franske filosofen *Gaston Bachelard* 1953 och omfattar både en teknisk och en social kontext inom ett tekniskt eller naturvetenskapligt område.

T h: "Dimmer på upplysningen – text, form och formgivning" ackompanjerades av en utställning, där en handdriven bågsvärv, objekt och möbler fanns med. Här författaren/formgivaren Andreas Nobel i sin utställning.

→ Linda Paxling använder också den amerikanska vetenskapsteoretikern/-historikern och feministen *Donna Haraways* teorier om cyborgen, en människa-maskin-hybrid som består av både biologisk vävnad och syntetiska delar och som illustrerar människans förhållningssätt till maskiner.

Är Haraways cyborg framtiden?

– Jag hoppas det. Jag är väldigt förtjust i Haraways cyborg eftersom den var min första ingång till just teknovetenskap och feminism i cybervärlden. Cyborgen luckrar upp uppdelningar i kategorier som natur, kropp och identitet och föreslår en hybridisering*) av teknologi och politik som jag tror kan skapa en välbehövlig dynamik i diskussioner kring utvecklingen.

– Vi behöver röra oss bortom en humanism som lägger alltför mycket fokus på språkliga analyser kring genus och kön och istället närma oss en feministisk materialism som involverar icke-mänskliga aktörer och förkroppsligar relationen mellan människa, djur och teknik. Om vi förändrar vårt synsätt kring människan och naturen kan vi också skapa mer långsiktigt hållbara designprocesser, avslutar Linda Paxling.

TEXTENS DIKTATUR

Bland höstens disputationer finns den av *Andreas Nobel* som på Konstfack lade fram avhandlingen *Dimmer på upplysningen – text, form och formgivning*.

*) **Hybridisering** betyder egentligen en biologisk process som är resultat av en sexuell reproduktion mellan genetiskt olika individer. Dessa kan vara av olika art, populationer, släkten eller även familjer.



FOTO: IVAR JOHANSSON

Institutionen för bildpedagogik, där Nobel är gestaltungs lärare i design, stod som värd och auditoriet var fullsatt. Enligt en insatt källa hade publiken inte varit så stor på ett liknande evenemang sedan *Sven Stolpe* i Uppsala 1959 lade fram sin avhandling om drottning Kristina. Intresset kan förklaras med att forskning inom konstnärliga yrken och praktiker är någonting nytt och Andreas Nobel är en av de första att disputera inom området. Hans nya titel är dock filosofie doktor eftersom han påbörjade sin forskning innan 2011 då titeln konstnärlig doktor för första gången påbjöds av Universitetskanslersämbetet.

I avhandlingen diskuterar han den till text omvandlade teorins betydelse för praktisk kunskap i allmänhet och inom designområdet i synnerhet. Nobel menar att akademiska institu-

tioner som arbetar med textbaserad teoribildning av hävd har tolkningsföreträde i utbildnings- och kunskaps-sammanhang, något som förstärker hierarkierna mellan teori och praktik. Avhandlingen visar hur detta har påverkat formgivningsfälten och bidragit dels till det paradoxala att formaspekter på formgivning ofta hamnar i skymundan. Dels till en försämrad förmåga att uppfatta och värdera sinnliga och formmässiga aspekter på ämnet ifråga.

– Syftet med avhandlingen är kortfattat att belysa de problem som kan uppstå när den textbaserade teoretiska kunskapskulturen tillämpas inom formgivningsfälten, menar Andreas Nobel.

Du har själv i ditt värv som inredningsarkitekt, redaktör och lärare rört dig →

→ fritt mellan teori och praktik. Ser du ofta hierarkin däremellan och hur tar problemen sig uttryck?

– Absolut, den märks ofta. Problemen handlar till stor del om graden av relevans, ta till exempel de ofta extremt långa kurslitteraturlistorna, vilket alltid ser bra ut, men hur relevant är egentligen all denna litteratur? Bara att behöva ställa frågan skapar en osäkerhet hos studenterna. Eller när Carl Malmstensskolan blev högskola. Den ansvariga på gitarrbyggerlinjen fick reda på att runt en fjärdedel av utbildningen måste bestå av vetenskapsteoretiska kurser, lade ner den och startade om den i ABF:s regi istället. Ett liknande exempel är den småländska svarvarutbildning som totalt havererade när kravet på kurslitteratur kom in i bilden. ”Högskolefieringen” och behovet av att göra vetenskap även av praktiska färdigheter kan vara kunskapshämmande om vi inte vidgar teoribegreppet!

Andreas Nobels avhandling består

av två delar – huvuddelen i textform kompletteras av en utställning som innehåller en bågsvav och ett antal bågsvavade objekt/möbler.

Vad betyder bågsvavarna?

– Svarven är ett bra redskap för att presentera metoder och formgivna resultat som kan ge impulser till vidareutveckling inom både möbel- och designfältet.

– Den är också ett slags designmaskin att tänka med. Och jag bågsvavar inte för att bevara gamla tekniker utan för att rädda samtidsdesignen. Genom att aktivera och engagera kroppen i designprocessen och bli ett med maskinen lösgörs kroppsliga idéer och teorier som visualiseras i produkten.

Vad hoppas du att *Dimmer på upplysningen* bidrar till?

– Jag hoppas på ett vidgat kunskapsbegrepp i vilket inte bara text, utan även fenomen på färg-, form- eller rumsplanet erkänns som teori. Det är en förutsättning för ett fruktbart möte

mellan de olika kunskapskulturerna vetenskap och konst!

RUM FÖR INNOVATION

Innovation och design heter forskningsämnet inom vilket *Jennie Schaeffer* vid Mälardalens högskola disputerade med avhandlingen *Spaces for Innovation*. Hennes studier har sin utgångspunkt i att arbetsplatsens rum och deras relation till innovation från ett användarperspektiv är ett förbiset område inom forskningen. Problemformuleringen handlade om att en av de största utmaningarna för ett företag eller en organisation är att skapa en miljö där både radikal innovation och stegvisa förbättringar kan utvecklas, en så kallad ambidextruös miljö (ambidextruös betyder ursprungligen dubbelhänt). Kunskaperna om hur man utvecklar och bygger upp en sådan är →

Andreas Nobel använder inte svarven för att visa upp eller bevara en gammal teknik. Den är ett slags designmaskin att tänka med. Designarbetet påvekas av kroppens rörelse, menar han.



FOTO: IDA HALLING



I "Spaces for Innovation" utgår Jennie Schaeffer (ovan) från att arbetsplatsens rum påverkar dem som arbetar där vad gäller innovativ förmåga. T v, en beskrivning av olika rum för innovation med beteckningar som Gråzonsplatser, Anslutningsplatser, Temporära platser, Satellitplatser med flera.

→ dock begränsade men lyckas man är denna typ av miljö en stor konkurrensfördel.

Vad är syftet med avhandlingen och hur gick du tillväga?

– Syftet är att utveckla kunskap om vad den dagliga arbetsplatsen har för förbindelse till innovation från ett användarperspektiv. Avhandlingen bygger på studier med fokus på medarbetarnas upplevelse av arbetsplatsen i relation till innovation, fyra av dessa gjordes inom tillverkningsindustrin och ytterligare en på ett designföretag, berättar Jennie Schaeffer.

De anställda började med att fotografera sin arbetsplats och bilderna låg sedan till grund för intervjuer. I analysen av materialet fann hon intressanta undantag som gav möjlighet att formulera kategorier utifrån beskrivningen av användningen och upplevelsen av platser. Dessa undantag visar platser som kan stödja en kultur för radikal innovation i organisationer som domineras av så kallad inkre-

mentell innovation, som innebär små förändringar och förstärker tidigare kunskap inom en kultur.

Kan du kortfattat beskriva dessa platser?

– Baserat på materialet och tidigare forskning har jag försökt formulera mig så att dessa preliminära beskrivningar blir en bas för att diskutera rum för innovation, som många kan känna igen sig i och ställa frågor kring. Jag kallar dem Gråzonsplatser, Anslutningsplatser, Temporära platser, Satellitplatser, Täckmantelplatser och Kameleontplatser.

Hon ger ett exempel på den förstnämnda – en miljö som innehåller motsägelser, den verkar ge förutsättningar för innovation för att den skapar en "grå zon" mellan ytterligheter. I produktionen prioriteras säkerhet, ordning och reda. Men plötsligt står några stolar och ett bord utställda på golvet, de blir kvar och används som en återkommande mötesplats. Gråzonsplatsen är otillåten – någon av

intervjupersonerna kallar den till och med illegal – men den får ändå vara kvar. Gråzonsplatsen stödjer bland annat autonomi och frihet att fatta beslut – därför skapar den förutsättningar för en radikal innovationskultur att träda in och samexistera med den inkrementella.

Ytterligare ett exempel är den Temporära platsen som kan vara en kaffetermos, en tavla på hjul, några stolar och en verktygsvagn som inte har någon speciell placering i lokalerna. Mötet kan nu äga rum var som helst, det kan flyttas och göras om. Platsen är flexibel och denna flexibilitet kan användas för att lösa upp hierarkier och skapa dynamik i mötet. Den uppmuntrar även till att tänka annorlunda kring inställningen och engagemanget i mötet – "jag får förändra" och "jag kan bestämma".

Hur ska dina forskningsresultat spridas för att de ska komma företaget och organisationer till godo?

– Jag jobbar i tre olika forskningspro- →

→ jekt där jag tillsammans med andra får tillfälle att fortsätta arbeta med temat för avhandlingen. Jag välkomnar alla som blir extra intresserade av rum för innovation att höra av sig, avslutar Jennie Schaeffer.

MENINGSFULLT, HÅLLBART AGERANDE

På väg till och från mitt jobb på Konstfack vid Telefonplan tänker jag ofta på *Loove Broms*. Interaktionsdesignern som var en i gruppen som skapade den permanenta installationen *Colour by Numbers* i tornet i LM Erikssons gamla telefonfabrik i vilken skolan nu ligger. Stockholmarna kan via en app (se omslaget) i mobilen ändra ljusfärg i de många fönstren och gör det uppenbarligen både gärna och ofta. *Colour by Numbers* är ett av tio experiment som redovisas i avhandlingen *Storyforming – Experiments in creating discursive engagements between people, things, and environments*, som han disputerade på i början av september.

Storyforming är ett designprogram, ett sorts fundament och ramverk, i vilket man på ett experimenterande sätt utforskar sätt att designa föremål och platser för att berika vardagliga berättelser. Dessa berättelser kan skapa engagemang, mening och alternativa värden kopplat till hållbara livsstilar och designexperimenten kan på så sätt ses som en sorts debattinlägg i diskussionen om hur mer hållbara beteenden skulle kunna se ut.

Bland de övriga experimenten finns några som presenterats under avhandlingsarbetets gång där bland annat medvetenhet om energiförbrukning varit i fokus.

Hållbar utveckling har länge varit centralt i ditt värv, hur hittade du dit?

– Det är vad hela avhandlingen vilar på och mitt engagemang för en hållbar



Loove Broms lade fram avhandlingen "Storyforming – Experiments in creating discursive engagements between people, things, and environments", vid KTH i september, 2014.



utveckling har vuxit i takt med att avhandlingen tagit form. Intresset uppstod under en tid på Interactive Institute i början av 2000-talet då jag deltog i projektet *Aware* som Energimyndigheten finansierade – design för energimedvetenhet. Det var ett multidisciplinärt forskningsprojekt med starkt designfokus som skulle få brukare att uppmärksamma sin dagliga energianvändning i hemmet. Det var ungefär där jag började intressera mig för hållbarhetsfrågan på allvar och tack vara finansiering från främst Energimyndigheten kunde jag jobba vidare med de aspekterna. Tanken med min avhandling var sedan att med avstamp i projekten om energi, ta ett

vidare grepp om hållbarhetsfrågan kopplat till design. Jag ville visa på sätt att i formgivningsprocessen ta större hänsyn till interaktioner mellan brukare, objekt och miljöer och på så sätt bidra med alternativa upplevelser som skulle kunna kännas meningsfulla men stå i kontrast till den rådande konsumtionskulturen.

Är *Colour by Numbers* och *Energy Aware Clock*, som idag är en kommersiell produkt, två tydliga sammanfattningar av din forskning – artefakter som engagerar till meningsfullt och hållbart agerande?

– Både ja och nej, det var ju mycket tack vare dem jag kom in på tankarna med meningsfulla vardagshistorier. *Colour by Numbers* är ett projekt som lett till ett stort engagemang och bidragit till många fantastiska, gemensamt skapade berättelser även om installationen i sig inte har något direkt hållbarhetsfokus. *Energy Aware Clock* var från min sida inte gjord med tanken att bli en kommersiell produkt men det känns roligt att veta att den nu finns i människors hem som en aktiv aktör i skapandet av vardagsberättelser runt elektricitet – något som tidigare varit mycket mer osynligt.

Vem tror du kommer att ha störst nytta av *Storyforming*?

– Jag hoppas att *Storyforming* både inspirerar och uppmuntrar till att tänka annorlunda om designerns roll och jag tror att avhandlingen skulle kunna fungera som inspiration på olika slags designutbildningar. Det var också något jag hade i åtanke när vi diskuterade typsnitt och valde en bildrik layout tillsammans med grafikerna. Kort sagt har jag försökt göra den så tillgänglig som möjligt, avslutar Loove Broms.

Susanne Helgeson

Vad vill designskolorna lära blivande designer?

Designområdet och designyrket utvidgas och förändras. Inom akademien är konkurrensen hård. Olika designkurser (interaktionsdesign, visuell kommunikation, tjänstedesign, produktdesign, media-design-kommunikation och så vidare) erbjuds på snart sagt varje lärosäte. Hur hanterar de traditionella designhögskolorna utvecklingen?



FOTO: BERTIL NORDAHL

Cilla Robach

Rektor,
Beckmans Designhögskola

Hur anpassar ni designutbildningarna för förändringar som sker inom designområdet ute i samhället?

– Vi lever i ett paradigmskifte där förändringarna inom designområdet inte kan separeras från samhället i stort. Enligt Stiftelsen för strategisk forskning (2014) kommer 53 procent av dagens yrkesroller inte finnas om tjugo år. Industrisamhället håller på att ersättas av något annat, personligen tror jag vi är på väg in i ”det kreativa samhället”.

Det innebär att vi måste ta ett helt nytt grepp på själva idén om utbildning där målet måste vara att träna studenterna till pragmatisk problemlösning, snarare än att förbereda dem för arbeten inom olika fack, som produktdesign, interaktionsdesign eller tjänstedesign.

– Tack vare Beckmans långa tradition av att göra kurser med olika samarbetsparter – såväl näringsliv och organisationer som mellan olika discipliner inom designområdet samt genom en rad yrkesverksamma gästlärare – utvecklar våra studenter god förståelse för designområdets kontinuerliga utveckling. Härmed följer även att lärarrollen blir mera handledare eller mentor än ”lärare” och att studenten själv aktivt bidrar till sin kunskapsutveckling. Detta är en pedagogisk metod som har genomsyrat Beckmans utbildningar sedan starten 1939.

Hur förbereder ni studenterna för nya framtida uppgifter?

– Vårt mål är att examinera självständiga kreatörer inom form, mode och visuell kommunikation, där studenten har en stark konstnärlig identitet och förmåga att påverka samhällsutvecklingen inom de områden som de har intresse för. Vår metod är att utmana

studenterna i olika kurser, uppgifter, samarbeten såväl gestaltningssmässigt och konceptuellt som hantverksmässigt. Våra studenter ska kunna verka i gränslandet mellan samtid och framtid, både i Sverige och internationellt.

Hur ser du på relationen mellan materialanknutna och immateriella designutbildningar? Syns några särskilda tendenser just nu i relationen mellan teori och praktik inom utbildningarna?

– Personligen har jag svårt för den traditionella uppdelningen mellan teori och praktik, detta är en otidsenlig tankestruktur som utvecklades under renässansen. Historiskt har teori i en västerländsk kontext värderats högre än praktiskt arbete, då teorin har varit knuten till hjärnan och seendet, medan praktik förknippats med kroppen och rönt lägre status. Förenklat skulle man kunna förklara begreppen med att teori handlar om en medvetenhet om varför världen ser ut som den gör, vilka aktörer som verkar på ett fält eller varför jag gör vissa val vid vissa tillfällen. Praktik handlar i denna tankestruktur om själva görandet. Men, att föreställa sig att dessa aspekter av mänsklig kreativ verksamhet kan separeras tror jag inte gagnar vår utveckling. Tvärtom har →

→ föreställningen skapat lägre självkänsla hos de som definierats som ”praktiker” i samhällets konstruerade värdehierarki. Därför vill jag helst fokusera på begreppet ”och”, det vill säga teori och praktik.

Hur ser ni på specialisering, specialister kontra generalister, inom designutbildningen?

– Design är ju ett enormt fält, särskilt om man inkluderar företeelser som produktdesign, tjänstedesign, interaktiv design, rumslig gestaltning, mode och visuell kommunikation i begreppet. Ingen kan vara specialist på allt. Det bästa Beckmans kan göra är att utbilda designers som är specialister på att samarbeta med andra. Det är också först då design verkligen kan göra skillnad!

Hur stimulerar ni intresset för designforskning?

– Forskning handlar i grunden om nyfikenhet, att ställa frågor och söka svar. På Beckmans talar vi mycket om olika designprocesser, vilket är en forskningsmetod. Utifrån en problemställning undersöker studenterna ett eller flera fenomen med fokus på olika aspekter och ingångar. Ofta kan processen vara viktigare än slutresultatet, då det är i processen man blir medveten om sin egen och andras kunskapsutveckling.

Förekommer det något samarbete/samtal mellan er och andra designskolor inför framtiden och vart utbildningen ska leda?

– Mot bakgrund av att vi håller på att lämna industrisamhället och utveckla det kreativa samhället, har jag svårt att diskutera att utbildningen ska leda till något specifikt. Om vi verkligen menar, att design spelar en central roll i samhällsutvecklingen och vill lyfta designfrågorna till en betydande nivå, måste vi diskutera utbildning betydligt

bredare än bara inom designskolor. Det handlar om att hitta oväntade möten, projekt och samarbeten med andra discipliner. Vad skulle hända om Beckmans modestudenter gör en kurs tillsammans med biokemisterna vid Uppsala universitet? Det är sånt jag skulle vilja ta reda på så småningom...



Johnny Friberg
Enhetschef för Design på HDK,
Göteborgs universitet

Hur anpassar ni designutbildningarna för förändringar som sker inom designområdet ute i samhället?

– Vi arbetar kontinuerligt med frågor runt relevans, vision och innehåll både internt och externt. En stor roll spelar diskussionen om ämnet design och dess förhållande till omvärlden. Likaså hur rollen som designer utvecklas. Vi kartlägger vidare, genom våra samverkansprojekt med skolor, organisationer och företag, hur förändringarna fungerar och hur det kan avsättas i utbildningarna. Det är dock viktigt att påpeka att man inte kan konstruera en utbildning för att svara mot ett ”snapshot” på samhället. En sådan utbildning blir

snabbt irrelevant. Vårt långsiktiga mål är att vara en ledande part i utvecklingen.

Hur förbereder ni studenterna för nya framtida uppgifter?

– Dels genom att samtliga utbildningar innehåller många samsarbetsprojekt där de får träna sina färdigheter mot företag och organisationer. Men framförallt genom att lyfta kärnkunskaperna i design i såväl teoretiska som praktiska studier. Självförtroende byggs genom arbete med meningsfulla och komplexa designprojekt, något vi lägger stor vikt vid att konstruera. Genom att ge studenterna möjlighet att kontinuerligt träna sig i att identifiera nya frågor och verkningsområden för design skapas förutsättningar för dem att kunna ta sig an olika sorts uppdrag.

Hur ser du på relationen mellan materialanknutna och immateriella designutbildningar? Syns några särskilda tendenser just nu i relationen mellan teori och praktik inom utbildningarna?

– Vår grundsyn är att de olika utbildningarna i design har en komplementär funktion i förhållande till varandra. Designområdet är komplext och olika inriktningar är en nödvändig förutsättning för att svara mot både studenternas intressen och omvärldens förväntningar.

– Det pågår en omfattande ”akademifiering” av konstnärliga utbildningar vilket får stor betydelse för hur designutbildning konstrueras och genomförs. En sådan konsekvens är ett ökat teoretiskt innehåll som bland annat handlar om att studenterna tränas i att kontextualisera, relatera det egna arbetet till såväl samhällsförändringar som annan konstnärlig praktik. Ämnet design upprättar en dialog mellan praktikbaserade, teoretiska och samhälleliga frågor rörande design och designpraktik. →

→ Utmärkande för designkompetensen är förmågan att i en meningsfull helhetsgestaltning sammansmälta en mångfald olika perspektiv.

Hur ser ni på specialisering, specialister kontra generalister, inom designutbildningen?

– Även här är vår grundsyn att de olika utbildningarna i design har en komplementär funktion i förhållande till varandra. Designområdet är komplext och olika inriktningar är en nödvändig förutsättning för att svara mot både studenternas intressen och omvärldens förväntningar.

– Med det sagt har vi på HDK tagit ställning för ett post-disciplinärt förhållningssätt, något som inte står i motsatsförhållande till en ”specialisering” som antyds i frågan. Vi har däremot medvetet byggt samtliga utbildningar runt andra inriktningar än de traditionella (jämför exempelvis grafisk design och industridesign osv).

Hur stimulerar ni intresset för designforskning?

– För studenterna gäller det först att få syn på vad designforskning är. Därefter väcks intresse och man får syn på möjligheter. Detta sker inte genom endast en riktad åtgärd, det sker däremot genom en större satsning som innefattar allt från olika moment i kurserna som tränar ett utforskande och kontextualiserande förhållningssätt, till föredrag och seminarier av forskare och doktorander. Att bygga en komplett miljö där även forskare, doktorander och professorer tar plats i undervisningen är helt nödvändig. Likaså att studenter bereds plats i forskningsprojekten. Ett närmande av utbildning och forskning sker genom ömsesidig påverkan.

Förekommer det något samarbete/samtal mellan er och andra designskolor

inför framtiden och vart utbildningen ska leda?

– Både ja och nej. Ja, vi har utbytesavtal med ett stort antal skolor runt om i världen och har en dialog med flera av dem angående upplägg, pedagogik, utbyte, inriktning osv. Vi ingår i flera stora internationella nätverk av skolor och åker på konferenser där dessa frågor diskuteras. Vi har även ett antal internationella samarbetsprojekt runt forskning där också utbildning blir inblandad. Med vårt nej i inledningsmeningen avses att vi inte anser att det är nog. Vi har därför påbörjat ett projekt med att fördjupa samarbetet/dialogen med ett utvalt antal skolor, något som redan verkar inspirerande för vårt förändringsarbete.



Maria Lantz
Rektor, Konstfack

Hur anpassar ni designutbildningarna för förändringar som sker inom designområdet ute i samhället?

– Vi på Konstfack har kontinuerlig kontakt både med yrkesverksamma och forskare inom designområdet. Detta sker dels via formella kanaler till

exempel våra ämnesråd, som består av yrkesverksamma, studenter, lärare och professor. Men också genom kontakter, konferenser, gästlärare och olika publikationer där Design Research Journal är en av många. I princip alla våra lärare är dessutom yrkesverksamma utanför akademien på deltid, så kopplingen sker på så vis både dynamiskt och efter den studerandes behov.

Hur förbereder ni studenterna för nya framtida uppgifter?

– Genom att studenterna själva får kontakt med både yrkesverksamma och forskare får de en viss förståelse för vad som kan komma att krävas av dem. I undervisningen får de erfarenhet av och kunskap om olika relevanta arbetssätt som kan stimulera dem att arbeta med ett radikalt omtänkande som vi anser vara viktigt för framtiden. Men det är lika viktigt att yrkeslivet, företag och omvärld bjuds in till oss och får syn på vad vi gör. Här arbetar vi just nu på att bli mer aktiva, bättre och tydligare när det gäller kommunikation.

Hur ser du på relationen mellan materialanknutna och immateriella designutbildningar? Syns några särskilda tendenser just nu i relationen mellan teori och praktik inom utbildningarna?

– Inom design arbetar vi med att skapa förutsättningar för att människor ska kunna ha meningsfulla upplevelser och att världen omkring ska fungera på ett långsiktigt hållbart sätt. Då ingår arbete både med materiella och immateriella aspekter. Begreppen teori och praktik är delvis två sidor av samma mynt. Man måste ha en förståelse för vad som kan vara relevanta arbetssätt, upplevelser och så vidare samtidigt som man inte kan utforska något av detta utan att gestalta något. Kurt Lewin, aktionsforskningens skapare, →

→ som också var engagerad av att integrera teori och praktik sa: "There is nothing so practical as a good theory."
 – Just nu talar många om problemlösande design. Det kan resultera i en app, ett servicekoncept, en tjänst eller en förpackning. Samtidigt är hantverkskunnandet, det unika och materiella ett signum för Konstfack. I mötet mellan dessa till synes helt olika principer – systemrelaterad design och det unika objektet – känner jag att vi befinner oss just nu. Båda behövs.

Hur ser ni på specialisering, specialister kontra generalister, inom designutbildningen?

– För närvarande stödjer vi en mångfald här. Vissa studenter vill utvecklas mer som generalister medan andra vill specialisera sig. Men man kan också göra både- och. Lär man sig att tänka problemlösande och samtidigt har en specifik, lite nördig kompetens är det inte alls dumt.

Hur stimulerar ni intresset för designforskning?

– Vi visar studenterna exempel på arbetssätt som utvecklats genom forskning. Forskande lärare deltar aktivt i undervisning. Studenterna läser därtill relevanta forskningsartiklar som både kan handla om att förstå världen genom design och att förstå design genom helt andra forskningsfält. I juni nästa år kommer den nordiska designkonferensen Nordes att anordnas på Konstfack.

Förekommer det något samarbete/samtal mellan er och andra designskolor inför framtiden och vart utbildningen ska leda?

– Ja, det förekommer samarbete på flera olika sätt. Nu senast hade vi ett seminarium arrangerat av Design-fakulteten, bland annat om hur vi kan

utvecklas gentemot varandra genom våra erfarenheter av den senaste granskningen av UKÄ (Universitetskanslersämbetet). Vi beslöt att fortsätta detta arbete, alla designutbildningar i landet tjänar på samarbeten genom jämförelser och profilering. Konstfack har också genomfört ett tvåårigt pedagogiskt utvecklingsprojekt tillsammans med AHO i Oslo och Designskolen Kolding i Danmark. Där lärde vi oss av varandras arbetssätt. Inte för att vi ville bli lika, utan just för att tillsammans förstå vad vi behöver utveckla för att förbereda våra studenter och vår utbildning för framtiden. Projektet heter Designerly Designed Design Education.

– Lärare från olika skolor deltar i undervisningen på Konstfack och Konstfacks lärare deltar i andra designskolors verksamhet, bland annat som handledare för doktorander.

– För oss på Konstfack är det viktigt att kontakten med yrkesliv och företagare lika mycket handlar om att bjuda in dem till oss som att anpassa utbildningen till vad som behövs just nu i näringslivet. Vi i akademien skapar ju ofta framtidens nya projekt, näringar och metoder.

Maria Göransdotter

Prefekt,
 Designhögskolan i Umeå

Hur anpassar ni designutbildningarna för förändringar som sker inom designområdet ute i samhället?

– På Designhögskolan samarbetar vi nära med aktörer inom såväl designområdet som inom samhälle och industri. Grunden och relevansen för framtidens designutbildning ligger i hur vi arbetar med att kombinera olika kunskapsområden i våra kurser och program, för att hitta en dynamisk

balans mellan det praktikbaserade, det konstnärliga och det forskningsbaserade. Som en naturlig del av detta anpassar vi både kortare kurser och längre terminsprojekt till att inkludera frågeställningar, designverktyg och metoder som är relevanta för sam- och framtiden. I samtliga utbildningar är en bärande grundpedagogik att studenterna arbetar med verkliga problem, som alltid formuleras gemensamt med externa partners och i relation till utmaningar relevanta för dem, oss och det omgivande samhället. Varje år genomförs tre fjärdedelar av våra 30 kurs- eller terminsprojekt i samarbete med externa företag eller organisationer, och mellan hälften och 3/4 av alla examensarbeten har också samarbetsaktörer som sponsrar och stöttar studenternas projekt genom resurser i form av pengar, material eller handledning. I utbildningen anlitas också årligen mellan 60 och 80 externa konsultlärare som bidrar med ett aktuellt designprofessionsperspektiv i undervisningen.

Hur förbereder ni studenterna för nya framtida uppgifter?

– Ända sedan Designhögskolan grundades för 25 år sedan, har målet för utbildningen varit att utbilda studenter som har de kunskaper och den yrkes-skicklighet som krävs för att direkt börja arbeta som industridesigner inom dagens yrke, så som det ser ut, men som har förutsättningarna och ambitionen att gå in i yrkesrollen för att aktivt förändra såväl designområdet som designerrollen. Det viktigaste för oss är att ge våra studenter verktyg för att kunna använda sig av både befintliga och beprövade metoder och kunskaper inom designområdet, och ha förmågan att själva aktivt bygga och tillämpa de nya kunskaper och verktyg som behöver utvecklas i och

→

→ med att designfältet och samhället förändras. Vi ser att nyckeln till hur våra studenter kan möta en värld och ett yrkesliv i förändring är att vi utifrån olika grunder kan driva en ämnesutveckling inom industridesign, och aktivt engagera studenterna i att förstå och delta i detta arbete.

Hur ser du på relationen mellan materialanknutna och immateriella designutbildningar? Syns några särskilda tendenser just nu i relationen mellan teori och praktik inom utbildningarna?

– Den starkaste tendensen vi ser är att skillnaderna mellan materiellt och immateriellt, eller teori och praktik, inom designområdet blir allt mindre relevanta att upprätthålla. I dagens designpraktik flyter det ”traditionella” och det ”digitala” – eller materiella och immateriella – ihop, och gränsdragningen dem emellan känns allt mindre intressant i jämförelse med perspektiv och praktiker som går ut på att föra samman dessa områden och hantera de effekter och designmöjligheter som öppnar sig i detta möte. En annan tendens, och kanske en av de största utmaningarna för fältet, är att vi ser att de teoretiska inslagen i praktikinära design blir starkare i och med att det inifrån designområdet självt växer fram en teoriutveckling som är starkt praktikförankrad. Det här gör förstås också att det inte längre är relevant att skilja på det som i traditionell mening har definierats som ”teori” respektive ”praktik”.

Hur ser ni på specialisering, specialister kontra generalister, inom designutbildningen?

– Grundutbildningen på Designhögskolan bygger på en generalistisk syn, i och med att kandidatprogrammet hos oss ger en bred kunskap och kompetens inom industridesign. Men samti-



Maria Göransdotter, Designhögskolan, Umeå.

digt är ju ämnet industridesign i sig en specialisering inom designområdet i stort. Som våra utbildningar ser ut just nu, är de i hög grad präglade av specialisering – i synnerhet på magisternivå, där vi utifrån en industridesigngrund erbjuder specialiseringar inom interaktionsdesign, produktdesign och transportdesign. Men även inom dessa specialiseringar bygger undervisningen på att erbjuda studenterna en bred kompetensbas som gör att de efter examen kan söka sig till många olika områden inom industridesign, vilket vi också ser att de gör, då industridesign som område inte är tydligt knutet till ett speciellt material eller starkt avgränsad praktik.

Hur stimulerar ni intresset för designforskning?

– Förutom att vi aktivt engagerar vår forskande personal och våra doktorander i undervisning på grundnivå, arbetar vi aktivt med att bygga en forskningskultur som öppnar nya synsätt och möjligheter för hela skolan. Genom att forskningsseminarier, forskningsdagar, doktorandfestival och andra diskussionsgrupper som fokuserar forskning inom designområdet är öppna för alla – studenter, doktorander och alla kategorier av personal – vill vi utvidga samtalet om hur en praktikbaserad designforskning bidrar till vår ämnesutveckling. Inte minst gavs ett utmärkt tillfälle till att introducera designforskningsperspektivet både lokalt på Designhögskolan och vårt Konstnärliga campus, utan även att introducera svensk designforskning i en internationell designforskningskontext, i och med att vi stod värdar för den internationella DRS-konferensen i juni i år.

Förekommer det något samarbetel/samtal mellan er och andra designskolor inför framtiden och vart utbildningen ska leda?

– Ja, vi har omfattande samarbeten och samtal om framtidens designutbildning och ämnesutveckling såväl internationellt som nationellt, inom de etablerade designutbildningsnätverken Cumulus och Cirrus. Dessutom direkt med andra utbildningar som vi har projektsamarbeten och andra typer av kontakter med. Detta är ett pågående samtal som förs både inom ramen för vår forskningsverksamhet och inom utbildningen. →



→ Charlotte Sjödel

Universitetslektor, biträdande programledare, Industridesignskolan, Lunds universitet

Hur anpassar ni designutbildningarna för förändringar som sker inom designområdet ute i samhället?

– Designerns roll har inte bara succesivt förändrats utan förväntningarna på vad en designer ska behärska har även ökat över åren. Det är allt svårare att sätta ihop en utbildning som tillmötesgår dessa krav. Genom att ha relativt öppna "briefs" i flera av designprojektkurserna får vi en stor spridning av kontexten och studenterna kan lära av varandra. Studenterna kan på så sätt även bidra med att definiera designers nya arbetsområden. Skolan har ett stort nätverk och gäster inbjuds att delta i kurserna. Vi erbjuder på så sätt en mängd olika synsätt och inom ramen för projektkurserna har vi möjlighet att fokusera på nya områden.

Hur förbereder ni studenterna för nya framtida uppgifter?

– Vi tränar studenterna så att de kan ta sig an dagens uppgifter och vi ger dem verktyg och djupare förståelse för att

kunna möta förändringar och framtida uppgifter. Genom ett kursutbud som kombinerar såväl teoretiska som praktiska kurser utmanas studenterna att kritiskt reflektera och ifrågasätta vedertagna normer. Ett exempel är de kurser som ges av kognitionsforskare på filosofiska institutionen. Samarbetet med NASA på masternivå är också ett bra exempel på hur studenterna får tackla såväl praktiska som etiska frågor i en komplex miljö. Genom att studenterna får arbeta med en kontext som på ett övergripande sätt skiljer sig från deras egen vardag ges de bättre förutsättningar att finna arbetssätt för att ta sig an det för oss idag okända.

Hur ser du på relationen mellan materialanknutna och immateriella designutbildningar? Syns några särskilda tendenser just nu i relationen mellan teori och praktik inom utbildningarna?

– Det finns ett stort behov av både materialanknutna och immateriella designutbildningar. En ökad medvetenhet om vad en designer kan erbjuda kommer succesivt göra att efterfrågan på immateriella designuppdrag sannolikt kommer att öka. Vi uppmuntrar våra studenter att söka efter den lösning som bäst svarar till behovet, materiella så väl som immateriella. Idag ställs större krav på den teoretiska delen då designrollen ter sig mer komplex och kraven på analytisk förmåga är högre.

Hur ser ni på specialisering, specialister kontra generalister, inom designutbildningen?

– Både kandidat- och masterutbildningen i Lund har inriktningen industridesign. Vi har dock en bred syn på begreppet och studenterna ges möjligheten att utveckla sin egen profil inom ramarna för utbildningen. Skolan har tre teman vars syfte är att ge studenten en djupare insikt, kunskap och

förmåga att reflektera kring samtida och framtida teknikutveckling inom industridesign, de senaste rönen om samtida och framtida mänskliga behov och livsmönster samt hållbar utveckling och miljöfrågor.

Hur stimulerar ni intresset för designforskning?

– Genom att erbjuda kurser med kursansvarig lärare som bedriver forskning/utvecklingsarbete får studenterna insyn i aktuell designforskning. På masterprogrammet har vi en kurs i forskningsmetodik med inriktning på industridesign. Då flertalet designforskare befinner sig i samma byggnad är det dessutom enkelt för studenterna att på ett informellt sätt ha en dialog med forskarna i anknytning till sina individuella projekt.

Förekommer det något samarbetsamtal mellan er och andra designskolor inför framtiden och vart utbildningen ska leda?

– Industridesignskolan i Lund är medlemmar i internationella nätverk för designutbildningar så som Cumulus och Cirrus. Flera medlemmar ur lärarlaget deltar årligen i konferenser där designers framtida roll diskuteras. Vi har även ett utbyte med designskolor både nationellt och internationellt till exempel genom gemensamma workshops, utbytesstudenter och så vidare vilket ger oss värdefulla synpunkter.

Frågeställare: Lotta Jonson

Materialiteten finns kvar

Temat för detta nummer är förändringar av design som profession, som område – och vad det betyder. Jag läste nyligen en artikel i Design Issue (nr 3, 2013) av *Craig Bremner* och *Paul Rodgers* att design – återigen – befinner sig i en kris utifrån ett professionellt, kulturellt, teknologiskt och ekonomiskt perspektiv. De menar att design inte är längre en disciplin, utan flera olika och i samverkan med andra. Men, som Bremner och Rodgers påpekar, är detta inget nytt. För drygt 20 år sedan skrev *Adam Richardson* (1993) en artikel ”The Death of the Designer”¹⁾, som i sin tur menar att design har befunnit sig i en krisartad situation sedan den italienska radikala designrörelsen (the Italian Radical Design Movement) på 1960-talet, som inledde postmodernismen och en ny syn på designens estetik och funktion. Då var det i svallvågorna av andra världskriget den snabba tillväxten, den tekniska utvecklingen och krav på förändring.

Vilken situation befinner vi oss i idag som gör att Bremner och Rodgers menar att design befinner sig i en krissituation? Givetvis är ett svar den teknologiska utvecklingen och internet, med digitaliseringen av det mesta som följd – och att idag är vi alla designer, som bland andra *Donald Norman* hävdade i en bok 2004²⁾. Inte minst har tjänsteutvecklingen, i västvärlden parallellt med sjunkande tillverkningsindustri, lett till att interaktionsdesign och industridesign alltmer är integrerade. Det har varit framgångsrikt på många sätt, flera designkonsulter med industridesign som bas har haft en god tillväxt och med nya områden att verka inom. Det har även lett till stort intresse bland designforskare. Finns det ett men? När äntligen design som process har uppmärksammats efter förtjänst, finns det en risk att man glömmer bort den andra sidan? Det vill säga resultatet, det gestaltade objektet, materialiteten? Det finns flera som börjar uttrycka dessa farhågor, men jag tycker det är för tidigt att säga att processen har lyfts fram helt på materialitetens bekostnad. Materialiteten finns kvar, mer eller mindre – skiftande över tiden.

Detta framgår också i de forskningsartiklar som ingår i detta nummer av *Design Research Journal*. *Marja Soila-Wadman* och *Oriana Haselwanter* skriver om ett forskningsprojekt där konstnärer använder sin process för att utmana traditionella organisationer, i det här fallet en fackförening, att tänka på ett nytt sätt för att attrahera nya medlemmar. Fokus på den konstnärliga processen – ja, just i detta fall.

Att ämnen och discipliner förändras är en naturlig och logisk del i utvecklingen, speciellt för ämnen som i sig är mångdisciplinära och/eller tvärdisciplinära, såsom till exempel industridesign är. Det framgår också av *Ulises Navarro Aguiars* genomgång av design management och strategisk ledarskap, ämnen som båda förändrats över tiden. *Antti Ainamos* artikel om textilbaserad modedesign visar också hur hållbarhetsfrågorna leder till en ny materialism och hur denna kan bli en hävstång för ökat ansvarstagande inom textilindustrin.

Lisbeth Svengren Holm



FOTO: MAGNUS LANJE

LISBETH SVENGREN HOLM

Professor, Textilhögskolan,
Högskolan i Borås, Sverige

1) *Richardson, Adam*, (1993) ”The Death of the Designer”, *Design Issues* 9, nr 2, sidorna 34–43.

2) *Norman, Donald*, (2004) *Emotional Design: Why We Love (of Hate) Everyday Things*. New York, Basic Books.



ORIANA HASELWANTER
Universitetsadjunkt i design,
koordinator, HDK,
Göteborgs universitet



MARJA SOILA-WADMAN
Fil dr, universitetslektor,
Handelshögskolan vid
Göteborgs universitet

FOTO: DANIEL KARLSSON

DESIGN THINKING AND ARTISTIC INTERVENTIONS

– tools for understanding and developing organizational creativity?

AV MARJA SOILA-WADMAN & ORIANA HASELWANTER

Organisationer inom både den privata och den offentliga sektorn måste hitta nya kreativa sätt att hantera utmaningar i komplexa miljöer i den globala konkurrensen. Att engagera kreativa proffs som formgivare och konstnärer – med syfte att utveckla kreativitet som ett strategiskt verktyg – har rönt stort intresse i olika typer av organisationer.

I denna studie följde vi under inledningsfasen en konstnärlig interventionsprocess i en fackförening där en konstnär ledde en kreativ workshop varje vecka under ett års tid. Facket ville förnya sina arbetsprocesser med slutmålet att utöka medlemsantalet. Studien bygger på kvalitativa metoder inspirerade av etnografi. Kreativitet, designtänkande och konstnärlig interventionslitteratur bildar det huvudsakliga teoretiska ramverket. Mellan medlemmarna i arbetsgruppen och konst-

nären uppmärksammade vi en hel del missnöje, vilket visade sig i skilda sätt att förstå målen för de verksamhetsrelaterade arbetsuppgifterna jämfört med målen för de kreativa processerna.

Vi föreslår att kunskap om designprocesser, så som de har konceptualiserats i texter om designtänkande, skulle kunna hjälpa till att förklara vad det är som händer under en konstnärlig interventionsprocess. Detta kunde minska klyftan mellan olika förståelser. Dock är en viss friktion och även konflikter både nödvändiga och önskvärda under en kreativ process.

KEYWORDS:

Creativity, Artistic interventions, Design thinking, Design management, Aesthetics, Organizational development

ABSTRACT

Organizations in both the private and public sectors need to find new, creative ways of handling challenges in the complex environments of global competition. Engaging creative professionals like designers and artists - with the aim of developing organizational creativity as a strategic tool - has attracted a lot of interest in different kinds of organizations. In our study, we followed a weekly intervention process led by an artist, within a trade union. The union wanted to bring change to its working processes, with the ultimate goal of increasing membership numbers. The study is based on qualitative methods inspired by ethnography. Creativity, design thinking and artistic intervention literature form the main theoretical framework. Between the members of the workgroup and the artist, we have noticed a lot of discontent and differences in ways of understanding business versus creative goals. We propose that knowledge of design processes, conceptualised in design thinking writings, can help to communicate what is going on during an artistic intervention process, thus narrowing the gap between different understandings. However, a certain amount of friction and conflict will be both necessary and desirable during a creative process.

INTRODUCTION

Artistic and designer interventions, as tools for organizational development in the hope of adding something new in order to improve work practices and raise the value of the company, have been receiving increased attention (Biehl-Missal and Berthoin Antal, 2011; Johansson Sköldbörg and Woodilla, 2013; Jahnke, 2013; Styhre and Fröberg, 2013). A number of firms ask for creative and innovative solutions by exploiting the skills and exotic mindsets of the creative professionals in order to stimulate idea generation amongst employees, thus generating economic profit and more efficient organizations, or at least attracting public attention.

Design management has been one of the fields associated with the strategic management of the creative resources and design activities of a company (Borja de Mozota 2008; Cooper, Junginger and Lockwood, 2011; Liedtka 2010, 2011). The term design thinking, then, has been used to describe how designers conceptualize their work practices (Brown, 2008, 2009). How inspiration from the art and cultural worlds – followed by discussions on arts management and aesthetics within organizations – can facilitate efforts to increase creativity within different kinds of organizations and companies has also been of growing interest during recent last decades (Austin and Devin, 2003;

Berthoin Antal and Strauss, 2014; Gagliardi, 2006; Guillet de Monthoux, 2004; Ladkin and Taylor, 2010; Linstead and Höpfl, 2000; Meisiek and Barry, 2014; Strati, 1999; 2007;; artist in residence, www.resartis.org, 20110620). Surely, art and design belong to two different traditions, as do design management and arts management, as stated by Johansson Sköldbörg and Woodilla (2012, 2013). There has been little cross-disciplinary research and these researchers argue that relation needs to be further discussed (Johansson Sköldbörg and Woodilla, 2013).

However, although there is an increasing level of interest in developing creativity within organizations, it is still tricky to analyze the consequences (Biehl-Missal and Berthoin Antal, 2011). Surely, there is an asymmetry in the thinking systems of the creative and business worlds. Business thinking expects rationality and clean economic logic using quantifiable measurements, and executives value stability and control. In contrast, design thinking assumes more or less messy, complex, real life. (Liedtka, 2010; Rylander, 2009). Concerning artistic processes, ambiguities and uncertainties are characteristics of these, and artists are said to be capable of experiencing and staying in doubts and mysteries, without irritably reaching for fact and reason. For art to “work”, its results cannot be pinned down in advance, claim Barry and Meisiek (2010).

This text is based on an empirical study of artistic interventions at a trade union UNIONEN with an interest in developing its efficiency as inspired by such discussions in the private sector. The intervention project, called AIRIS, was carried out between companies UNIONEN and TILLT, whose business idea is match-making between artists and companies regarding artistic interventions. In our study, we ask how design thinking and artistic interventions can facilitate organizing, managing, and understanding an organizational development project that has increased creativity as part of its goal. Further, how do we support a smooth start for an intervention project? In doing so, our aim is to increase theoretical and empirical understanding of creative interventions as strategic tools in organizational development for creativity and innovations. One of the researchers has a background in business administration and the ‘art and management’ field, and has also been the leader of the research project, while the other researcher is a designer; thus, the AIRIS project has also been part of collaboration between TILLT and the Business and Design Lab at the University of Gothenburg.

In what follows, we firstly present our theoretical framework; some notes on creativity and its relationship

with innovation are viewed and we state our position in that discussion. A review of design management and design thinking comes next, followed by a section on the arts and management and artistic interventions. The next section is about the methodological questions of this project. After that, interpretations and an analysis of the empirical results are presented. In “Final Words”, we conclude our insights and make a proposal regarding how management of the intervention process can be facilitated.

THEORETICAL INSPIRATION

Creativity and innovations

Creativity is difficult to define due to its multifaceted nature, claim Styhre and Sundgren (2005). They present four different streams of research on creativity, e.g. creative processes, creative people, creative products and creative environments. Creativity can be viewed as new ways in thinking – it generates associations and one dares to think that everything is possible; it also favours the constant flow of ideas, of which imagination is an important part (Englund, 2010). In the organizational literature, creativity is often conceptualized in terms of finding out something new, like ideas, products, processes, procedures and services (Amabile et al. 2004). Koivunen and Rehn (2009) point out that creativity was previously greatly connected with the fields of art and culture; but nowadays, the premise of theoretical reasoning must be that creativity exists in all areas and that every single person is a source of creativity, as also remarked on by de Fillippi et al. (2007) Gagliardi, (2006), and Strati (2007, 1999). Styhre and Sundgren (2005) state that, previously, the focus was on the individual perspective, noticing the romantic roots of views of creativity when it is understood as the great achievements of single individuals. However, later on, interest has instead focused on the contexts where creativity occurs. Accordingly, the dependence on the meaning of the creativity concept is a historical, cultural and social issue (Shalley and Gilson, 2004).

Often, creativity, as the *generation of new ideas*, is followed by discussions about **innovation**, understood as the *implementation* of creative ideas (Koivunen and Rehn, 2009). According to Wennes (2009), economic results are key to the innovation perspective. Innovation can be understood as a technological process aimed at bringing inventions to the marketplace (Johansson and Woodilla, 2009; Styhre and Sundgren, 2005). Innovations can also be social (Mulgan, 2007). However, in order to prevent the innovation discourse from collapsing into purely economic and technological

issues, Styhre (2013) reminds us of playfulness and squandering.

Ideas about how creativity can be manifested can be found in process thinking (Hernes and Maitlis, 2012). Chia and King (1998) argue that new situations and outcomes incorporate the events into their past, providing opportunities for something new to emerge, but that this also brings restrictions. According to process thinking, creativity and becoming are immanent in all living systems; instead of viewing social entities like organizations as things, they should be seen as processes of world-making (ibid.). Mary Parker Follet views creativity as a collective action needed in a dynamic society (Follet 1919, 1924). She uses a relational, interactive perspective; if something new is to emerge, this will happen when different kinds of encounters and conflicts occur within a community. Inspired by De Fillippi et al. (2007), we do not neglect the role of the individual in creative actions, but we do want to draw attention to creativity as both a relational and a context-influenced and context-influencing process. That view is, consequently, what guides the following discussion.

Design management, design thinking, design process

Design management can be seen as the management of design at companies, emphasizing its role in strategic and innovation work (Cooper et al. 2011). Adding value by means of corporate planning processes, using design, can be an individual activity or a management function, with the disciplinary boundaries for design ranging from engineering to fine art (Cooper and Press, 1995). Several opinions exist with differing epistemological positions as regards what design can be. It can be viewed as sensemaking (Krippendorff, 1989; Verganti, 2006). Simon (1996) talks about a framework of problem formulation followed by the finding of a solution, while Schön (1983) writes about reflection in action – both during and after the design process. When design management moves into more theoretical spheres of design, and expands its scope to include not only product development, production, distribution, sales or delivery, then *design thinking* becomes relevant as a concept.

Design thinking, buzzword or not (Johansson Sköldberg, Woodilla and Cetinkaya, 2013), can be seen as the abstracted form of practice-based design. It refers to applying a designer’s sensibility and methods to problem-solving (Dorst, 2011; Lockwood 2010; Rylander, 2009). At companies using design as a business strategy, both design and designers have moved beyond their roles as stylists

to catalyse innovation as a core competency (Sato, 2009). However, Kimbell (2009) argues that design thinking reduces design to an immaterial, intellectual problem-solving technique - design without the material practice. Tonkinwise (2011) is critical of design thinking, holding the opinion that it is “*design minus aesthetics*”, which can be illustrated by Brown’s (2008) statement that design thinking helps during the transformation of design away from the world of form and style towards that of function and structure.

One of the basics of design thinking is the application of a **design process** to a more strategic design management process; iterative, non-linear practices – some of the fundamentals of a design process – are utilized for business, product, or service development. Therefore, design thinking, with its process focus, is more closely related to the verb, the process of designing (Liedtka and Mintzberg, 2006). Ingredients of the design process include *the re-definition of the initial problem or brief* – being a part of the professional skill of a designer (Norman 2010). The next step is *‘the user of the intended product or service [being] in the centre’* approach (Norman and Verganti, 2014; Rylander 2009). During the *ideation phase*, design thinkers brainstorm using their gathered insights. Next, design thinkers use their developed ideas, making and testing without a clear goal but by *prototyping* new solutions arising from the four strengths of empathy, intuition, imagination and idealism. Neumaier (2009) says that, instead of “solving” problems, designers “work through” them. *Failure* is also a significant feature of design thinking (Brown 2009).

Summing up. According to the Design Management Institute (DMI, 2013), design thinking describes the use of design in management. Design thinking has several roots. Assuming both the more or less messy, complex, paradoxical situations and being purpose-oriented and using analytical logic it is argued to be more suitable to the vast and complex economic, social, and ecological problems of today than are traditional “scientific” approaches (Liedtka, 2010, 2013; Johansson Sköldböck and Woodilla, 2013; Rylander, 2009). Aesthetics, art, and cultural aspects, too, should be included in design thinking (Svengren & Johansson, 2008; Tonkinwise, 2011; Verganti 2006; Venkatesh et al. 2012). Consequently, design management can be understood as the organizational strategy of design whereas design thinking is used as theoretical reflection, and design tools might be the concrete methods used in a design process.

Arts management and artistic interventions

The last twenty years have seen an interest in art and management. On the one hand, this is how ideas in business administration can influence practical organizing procedures in art and culture, creating organizations that achieve better management (Evrard and Colbert 2000; Fitzgibbon and Kelly 1999; Stenström 2000; Taylor 2012). On the other hand, there has also been a growing interest in how the art and cultural worlds, as well as issues concerning aesthetics, can create an understanding of organizing and management/ leadership (Austin and Devin, 2003; Darsö, 2004; Gagliardi 2006; Guillet de Monthoux, 2004; Koivunen and Rehn, 2009; Linstead and Höpfl 2000; Ladkin and Taylor, 2010; artist in residence, www.resartis.org, 20110620; Soila-Wadman and Köping, 2009; Strati, 1999). Biehl-Missal and Berthoin Antal (2011) claim that companies often long for collaborations with the art world thanks to their “otherness”. Grzelec and Prata (2013) write that the general idea behind artistic interventions is that when the two contrasting logics (the logic of the artist and the logic of the organisation) clash, energy is released in the form of new ideas and a deeper understanding of what the organization is doing on an existential or meta level.

These interventions can range from the use of theatrical presentation workshops to developing employees’ confidence, sculpture sessions to stimulate curiosity and imagination, storytelling activities to encourage knowledge sharing and communication within and between work groups, photography sessions to encourage teambuilding, filmmaking to visualize a group’s development, choreographic training to improve specific parts of the workflow, and more (Biehl-Missal and Berthoin Antal, 2011).

Artistic methods can act as the “flavour of the month” or the “creative afternoon”, adding “something” new to managerial development activities, with little idea of what that “something” is (Biehl-Missal and Berthoin Antal, 2011). Even low-expectancy projects can have a high impact in the long-run if they manage to keep everyone engaged. Yet, the benefits are hard to predict and sometimes difficult to appreciate, from a management perspective. In order of such projects to be successful, the participants need to be open and to develop a high level of trust in the performing artist. First and foremost, artistic interventions – by the very nature of art – require freedom and trust (Biehl-Missal and Berthoin Antal, 2011). Berthoin Antal (2012) declares that art and artists stimulate us into seeing, hearing, and experiencing more of what is going on within us and around us. – That is where tacit knowledge (Polanyi 2009/1966) and

the soft skills (Levasseur, 2013) come to the surface. They are hard to evaluate in a world dominated by quantitative measurable results, dealing with emotions, feelings and intuition. For artists, these attributes are essential to their way of working, determining their decision-making processes (Darsö, 2004).

Exactly how the artistic intervention techniques can work has been discussed by Taylor and Ladkin (2009). These can exist on their own or in combinations: (1) Skills transfer: Arts-based methods can facilitate the development of artistic skills in a group. (2) The projective technique: Artistic endeavours allow participants to reveal inner thoughts and feelings that may not be accessible via more conventional modes. (3) The illustration of essence: Arts-based methods can enable participants to apprehend the “essence” of a concept in a specific situation. (4) The making: The very making of an art work can foster a deeper experience of personal presence and connection.

Darsö (2004: 135-146) presents a model inspired by Scharmer's Theory U¹⁾ on how arts may influence the participants into reflecting on their everyday view of the world, thus developing a deeper understanding of themselves and how they relate to the circumstances surrounding them. Hopefully, this deeper understanding will lead to action. The different phases are named thus; first, *downloading*, whereby the participants see the world in their own traditional way. Second, they move to the observational phase, to seeing, as if from outside; followed by the third phase, *sensing*, from inside, that is, opening up in your mind to the observed world; fourth, *presensing*, in the sense of allowing inner knowledge to emerge and developing a reflective mode; and then fifth, *crystallizing*, whereby a deeper understanding emerges of who they are and how they relate to the world around them. The sixth and seventh phases, *prototyping and embodying*, then conceptualize or materialize the obtained knowledge when guiding the further actions of individuals.

Summing up earlier research experiences from interventions. Berthoin Antal and Strauß (2013) examined 205 publications about the business and social impacts from arts interventions in organizations of different sizes and in diverse sectors of society. The majority of the cases report impacts in *activation* (positive experience, emotion, stimulation, energy), *seeing more and differently* (reflection, widened

perspectives, awareness of present conditions), *personal development* (discovery of self, personal growth, skills) and *collaborative ways of working* (working together quality, communication quality, communication quantity). Only a few publications noticed strategic and operational impacts (profitability, marketing, strategy, product development, product / service quality, efficiency, productivity, HR development).

METHODOLOGICAL QUESTIONS

Inspired by the ethnographic method, we have been able to follow the artistic intervention workshops held at the offices of Group Lindholmen. Techniques have included the participant observation of meetings and encounters at workshops, as well as semi-structured interviews of group members, the intervening artist, the process leader at TILLT, and officials at UNIONEN. Focus group conversation with the group was also conducted. The interviews were recorded and transcribed. The interventions were partly documented by means of videos and photos, which have been studied, along with other written documents, e.g. internal policy documents and information material for (potential) members. The research question focuses on the start phase of the AIRIS project and this empirical study concentrates on the first three months. The project continued to the end of 2013, with only one of the current researchers being present at the workshops, and focused mainly on the learning process.

In our analytical and interpretative work, we have been influenced by the writings of Alvesson and Sköldbäck (2009) concerning the reflexivity of that work. The text draws on relational constructionism (Gergen 1994; Hosking, 2011), emphasizing the interactive nature of our sensemaking as an ongoing process whereby we humans structure and stabilize the moving social reality (Hernes and Maitlis, 2012; Chia and King, 1998). Our own role as researchers may be influenced by the fact that we have a positive view of artistic interventions; however, we have tried to address that through being inspired by reflective ethnography (Kostera 2007; Law 2004), where openness to the studied field expects several dimensions to be acknowledged. We also want to emphasize the role of aesthetics in knowledge creation, meaning that it is not only a chronological, linear, and rational process, but also one that is based on our senses, emotions, and imaginations (Linstead and Höpfl, 2000; Strati, 2007, 1999; Taylor and Hansen, 2005; Welsch, 1997). Aesthetic reflexivity could be described as knowledge creation “through [the] appropriation and transformation

1) C. Otto Scharmer (2004, 2009) *Theory U: Leading and Learning from the Future As It Emerges*. San Francisco: Berret-Koehler Publishers.

of the sensory and emotional characteristics of our experiences” (Sutherland 2012:1-19).

EMPIRICAL FINDINGS AND ANALYSIS

The organization in our ethnographic study is the Swedish trade union UNIONEN. According to the Institute for Advanced Labour Studies, at the University of Amsterdam (Visser, 2010), trade union membership numbers fell from a peak of 86% in 1995 to 71 % in 2010. In order to address the uncertain development of membership numbers, the board of UNIONEN decided on a strategy aimed at developing new and creative working methods to counteract the situation. As a pilot project, a company TILLT was asked to organize creative workshops for a newly-established core group consisting of eight employees, “Group Lindholmen”. Some of these had previously worked for the organization, holding different positions, and some were new. TILLT’s business concept rests on match-making between artists and companies, followed by artistic interventions. The intervention project is called “AIRIS”. According to the AIRIS plan, a professional artist – on a freelance basis – will lead creative workshops at Group Lindholmen once a week for at least one year, accompanied by a process leader employed by TILLT.

The main purpose of the AIRIS project can be read in the contract entered into between UNIONEN and TILLT. It was drawn up by the board of UNIONEN. The aim was to attract 8,000 new members within two years. Group Lindholmen was to be supported by the main organization, and it was hoped that the lessons learnt could be conveyed to the national level of UNIONEN. Consequently, in addition to increasing membership numbers, one of the goals was Group Lindholmen wanting to learn about creativity and innovation. By means of increased creativity, they eventually wanted to find new and innovative working methods, as well as ways of improving the image of UNIONEN, thus making it more attractive to its target group - employees of private sector companies.

The artistic workshops lasted for three hours every Monday afternoon during 2013, with a break during the summer months. Three workshops held during the first part of the project are selected in the following text, on the one hand to illustrate the creative approaches and techniques and, on the other, to present our reflections on the start of the project, the kick-on workshop, the designer workshop, and the action plan formulation with a following focus group interview.

Observations from the intervention process

Kick-on – art and emotions, fun, trust: In February 2013, TILLT’s artist - who was steering the AIRIS process - started her first “getting-to-know-you” workshop with Group Lindholmen. After a short introduction of AIRIS, this artist presented her previous photographic work and art projects, e.g. photos featuring memories of a problematic relationship between a mother and her child. Afterwards the members were asked to cut out six images from magazines to represent their *personalities* and to glue them on to a plastic cube. During the reflection phase, the participants were supposed to talk about their cubes. The team mostly chose images representing hobbies and interests, rather than personalities.

In the afternoon, everybody went to a nearby photo studio. They were divided into two teams and each team was asked to come up with ideas regarding how to physically *visualise* “strength” and “togetherness”, via the medium of photography, for the other team. The photo-shoot – very physical in nature – led to a lot of involvement, laughter, and collaboration between the participants. The groups seemed to have fun and learned that ideas can also emerge along the way, not needing to be determined solely at the beginning of a process.

When we, the researchers, were discussing our interpretations after the workshop, we wondered whether the task of talking about the cubes would have had a different outcome if the team had known each other better and been more confident as regards sharing personal things. Proof of the important emotional aspect of artistic interventions can be found in the following statement by a participant: *“I liked the fact that the artist presented her work. This touched me somehow and is certainly something I’ll remember”*.

The designer workshop – for clarification of the creative process:

The designer workshop was organized by the designer - researcher and a design student because the team had become stuck in the fuzziness of the creative process in the workshops which followed the kick-on. During the earlier workshops, the group members were constantly asking for clarification, e.g. what was going on, why they were supposed to do some of the tasks, what the goal of the workshop was, and what the benefits and results of the workshops were.

The assignments during the designer workshop were; first, an icebreaking game using sound and a ball. Second, everyone told the story of their lives. The third task was a brainstorming session to generate pictures of different tools and tasks on a post-it note; in practice, this was drawing a

tool, like a hammer, and then finding and illustrating a task, e.g. swimming. Then they combined both the pictures and told a story based on these. The participants were also given homework, i.e. testing some of the other tools and tasks and delivering reflections on these the following week.

The assignments were meant to be clear but open enough to trigger the free flow of ideas. This proved difficult. However, as soon as it was explained that ideas could be quite random and playful, the participants started to reflect on the premise that the outcome was actually not as important as the creative process itself. and have fun. Presentation of the homework results the following week brought first good revelations.

The action plan workshop and the following focus group discussion – a lot of frictions and discontent: Although the team had started to loosen up a bit the first action plan workshop immediately raised an emotional discussion on what an action plan was, what it should lead to. It proved to be tricky to make a clear distinction between “the AIRIS action plan” and “the UNIONEN action plan”, which the group had received from the head office, setting out the business-related focal points.. Later, a control question from the Group Lindholmen project leader about the meaning of the brainstorming session was raised; whether the generated ideas should be linked to concrete and practically applicable proposals regarding how to recruit potential members (one of the core goals of the project), or to focus on things “that seem fun to do”? This demonstrated the ongoing confusion concerning the AIRIS project vis-à-vis UNIONEN’s business strategy. A statement underlines this notion: “*I don’t understand the structure of the AIRIS project. I need structure and an overall project plan.*”

Consequently, at the action plan workshop, very concrete actions and events were presented which were not necessarily really connected with the AIRIS project. In the following focus group interview, the group members quite strongly vented their frustrations concerning the project and the process.

Analysis

In order for creativity to emerge, the dependence on the context, wherein the AIRIS project works, must be acknowledged (Berthoin Antal and Strauss, 2014; Chia and King, 1998; Shalley and Gilson, 2004). The importance of increased creativity at the main organization was well noticed, and also accepted in the organizational rhetoric on several hierarchical levels. However, in formal positions at

UNIONEN, there were people who had a sceptical attitude towards the AIRIS project; Group Lindholmen felt that they had to continuously justify both themselves and the creative project. During the weekly workshops, some resistance was also noticed among the group members.

A few key observations became apparent:

A new team - problems with trust: Since Group Lindholmen was a new team, people were rarely acquainted with each other; they were preoccupied with their practical work issues and felt the need to prove themselves. This made it hard for the artist to create trust in her work, which is an important issue according to Biehl Missal and Berthoin Antal (2011). Trust is needed when ‘projective techniques’ (Taylor and Ladkin, 2009) are used with the aim of having the courage to reveal one’s inner thoughts and feelings at workshops.

From structures to openness: Engaging in an open and creative process seemed challenging to the participants. They were new to this way of working. Several researchers write about the need for an open attitude during a creative process. Darsö (2004) talks about ‘*downloading*’, meaning moving away from one’s ordinary view of the world towards ‘*seeing*’ in the sense of being observational as regards both one’s surroundings and oneself. This learning process eventually started to happen in the group, but also met with resistance. The participants had been used to well-organized and structured working routines. From the very beginning, they (including the project leader) had requested rules, set goals, to-do lists, tasks, and frameworks from the artist. This was hard to provide due to the nature of artistic intervention, which rests upon *co-creational approaches*, as Mary Parker Follet (1919, 1924) also notes as a prerequisite for creativity to emerge.

Differing expectations: Group Lindholmen had differing expectations and viewpoints regarding what an artistic intervention and working process is, compared to the artist involved. Taylor and Ladkin (2009) call one aspect of an intervention process ‘*skills transfer*’, entailing the possibility for the participants to learn what it is like working with artistic skills. However, as contrasting interpretations of goals and deliverables appeared, it was difficult for team members to concentrate on the creative work being done in the workshops. As one group member stated: “*I need to mentally prioritise my customer visits – then comes creativity.*” The artist also points out this struggle: “*We’d achieve things much faster if they trusted me (the artist) and*

didn't think about numbers and goals all the time."

Was the set goal, of achieving 8,000 new members, really a goal that could be achieved through AIRIS? These and other discrepancies often dealt with mismatching notions about understanding the creative process, time issues, questions about documentation, work efficiency, credibility, measuring and visualizing creativity, the pressure of performing, and justifying the financial investment in this project. As Biehl-Missal and Berthoin Antal (2011) argue, artists accept the uncertainty of the process and can hardly make promises regarding what the result of their work is going to be. Therefore, having clear, corporate, and measurable goals might be counterproductive to the project.

Acknowledgements: 'Crystallization' is Darsö's (2004) term for participant development during the intervention phase after 'seeing'. The term is used to describe a deeper understanding of the process leading to changed actions, called 'prototyping' and 'embodying' (prototyping – parallel to that used in design theory, referring to something which becomes materialized, or embodied as a changed behaviour). Our interpretation is that, when achieving changed behaviour, positive affirmations appear to be important. The participants in the group seemed to need to feel that they were achieving something that concerned their everyday work; that they were *efficient* in one way or another at the end of the day. This helped them to feel good about their work and stay motivated. It was important for the participants to see the results of each effort.

It might be learnt from our observations that an artist and a designer can use rather similar tools and techniques when it comes to practice-based methods. Compared with the study of Berthoin Antal & Strauss (2013), regarding artistic interventions, our case seems to focus on the same kinds of aspects, e.g. positive experiences, emotion, stimulation, energy, widening perspectives, and personal and collaborative ways of working. However, *there is a difference in this case in the sense that strategic development, product/service quality, efficiency and HR development impacts have all been raised as important issues by Group Lindholmen*. The question is, nevertheless, whether or not concrete organizational task development is something the artist should be engaged in, or whether it is a matter for the group to work with these organizational issues themselves, albeit with a widened and renewed perspective stimulated by the artist both during and after the intervention process.

The process calmed down eventually. Several extra meetings were organized after the action plan workshops

with the purpose of solving the situation, extra resources from TILLT were involved for clarifying discussions about goals and the artist introduced a reflexion circle to be held at the end of each workshop where everyone could tell about her/his experiences, thoughts and feelings. When looking at the AIRIS project as a whole, and not simply focusing on the complicated aspects, the following expectations, as expressed by a Group Lindholmen member, have also been acknowledged: *"We want AIRIS to be undemanding and to lead to openness, creativity and joy, in order to subsequently implement new ideas and approaches regarding day-to-day work. We want to jointly create positive energy and find the time to try new things and dare to fail."*

FINAL WORDS

The purpose of this study has been to put forward an increased empirical and theoretical understanding of creative interventions at companies and organizations.

As regards artistic and design *processes*, there are similarities; both thoroughly try to identify problems and, by relying on iterative and emergent processes, find alternative and new ways of dealing with them using imaginative approaches, and by means of utilizing different creative perspectives. In theory, both design thinking and artistic interventions are based on the notion of paving the way for seeing the world differently. However, regarding the artist's or the design thinker's mindset, differences may be noted. We can see differences between art and design when looking at their application during an intervention process. As one difference, the purpose-oriented and more analytical logic of design thinking should be noticed. Artistic interventions – being more intuitive and emotional – are practice-based methods that may have long-term personal, cultural, and organizational impacts and the outcomes will be seen eventually. In the context of our designer workshop, we can speak of design-as-practice. Design practice, in that sense, is different to design thinking, which focuses on theoretical elaborations, as mentioned by several researchers. Consequently, design thinking describes how a designer's mindset can be used *strategically*.

The constant talk within Group Lindholmen about the business and organizational goals of UNIONEN, and the resistance we experienced within the group concerning the AIRIS process, made a strong impression on us. It made us reflect on the difference between business thinking and creative approaches. Surely, during artistic interventions the situation at the workplace was *paradoxical*. On the one hand, the artistic process was messy and emotional

and demanded courage in order to experience and remain within the feeling of uncertainty, while, on the other hand, the participants were expected to do one's job following the logical and rational requirements according to business thinking. Consequently, we propose that, in order to facilitate Group Lindholmen's acceptance of the artistic process, and thereby supporting the learning of creativity, the notion of design thinking could have been used to *explain* the aim of the AIRIS project, as well as how it was designed, structured and planned to be managed. Knowledge of design processes, conceptualised in design thinking writings, can help us to communicate what is going on during an artistic intervention process, thus narrowing the gap between various understandings. However, we believe that a certain amount of friction and conflict will be both necessary and desirable during the creative process in order for something new to be able to emerge.

REFERENCES

- Alvesson, M. & Sköldbberg, K. (2009) *Reflexive Methodology: New Vistas for Qualitative Research*. London: Sage.
- Amabile, T. M., Schatzel E. A., Moneta, G. B. & Kramer, S. J. (2004) Leader behaviors and the work environment for creativity: Perceived leader support. *The Leadership Quarterly* 15 (1):5-32.
- Artist in Residence. www.resartis.org, 2011.06.20.
- Austin, R. & Devin, L. (2003) *Artful making – What Managers Need to Know About How Artists Work*. Upper Saddle River, NJ: Financial Times Press.
- Barry, D. & Meisiek, S. (2010) Seeing more and seeing differently. Sensemaking, Mindfulness and the Workarts. *Organization Studies* 31(11):1–26.
- Bathurst, R. & Monin, N. (2010) Shaping Leadership for Today: Mary Parker Follett's Aesthetic. *Leadership*, 6(2):115-131.
- Becker, H. (1982) *Art Worlds*. Berkeley: University of California Press.
- Berthoin Antal, A. (2009) *Research Framework for Evaluating the Effects of Artistic Interventions in Organizations*. Social Science Research Center Berlin.
- Berthoin Antal, A. (2012) *Art-based Research for Engaging Not-Knowing in Organizations*. Social Science Research Center Berlin, Intellect Books UK / University of Chicago Press.
- Berthoin Antal, A. & Strauss, A. (2013) Artistic Interventions in Organisations: Finding Evidence of Values-added. *Creative Clash Report*. Berlin: WZB.
- Berthoin Antal, A. & Strauss, A. (2014) Not only art's task – Narrating bridges between unusual experiences with art and organizational identity, *Scandinavian Journal of Management*, 30(1):114-123.
- Biehl-Missal, B. & Berthoin Antal, A. (2011) The Impact of Arts-based Initiatives on People and Organizations: Research Findings, Challenges for Evaluation and Research, and Caveats. KEA – *European Affairs, in Partnership with British Council*, (ed.) Gięda Papierów Wartosciowych Warsaw Stock Exchange, Warsaw, Poland.
- Borja de Mozota, B. (2008) A Theoretical Model for Design in Management Science. *Design Management Journal*, 19 (1): 30-37.
- Brown, T. (2008) Design Thinking. *Harvard Business Review*, 86(6): 84-92
- Brown, T. (2009). *Change By Design: How Design Thinking*

- transforms organizations and inspires innovation*. New York: Harper Business.
- Chia, R. & King, I.R.** (1998) The Organizational Structuring of Novelty. *Organization*, 5 (4): 461-478.
- Cooper, R. & Press, M.** (1995) *The Design Agenda. A Guide to Successful Design Management*. Chichester: Wiley.
- Cooper, R., Junginger, S. & Lockwood, T.** (2011) *Handbook of Design Management*. Oxford, Berg.
- DeFillippi, R., Grabher, G. & Jones, C.** (2007) Introduction to paradoxes of creativity: managerial and organizational challenges in the cultural economy. *Journal of Organizational Behavior*, 28(5): 511-521.
- DMI** (2013) www.dmi.org/dmi/html/aboutdmi/design_management.htm, 2013.04.25.
- Darsö, L.** (2004) *Artful Creation: Learning-Tales of Art in Business*. Fredriksberg: Samfundslitteratur.
- Dorst, K.** (2011) The core of 'design thinking' and its application. *Design Studies*, 32(6): 521-532.
- Englund, L.** 2010. www.forskning.se/nyheterfakta/teman/kreativitet.4.34a8543912bbe474e1f80005224.html. 2013.03.20.
- Evrard, Y. & Colbert, F.** (2000) Arts Management – A New Discipline Entering the New Millennium. *International Journal of Arts Management*, 2(2): 4-13.
- Fitzgibbon, M. & Kelly, A.** (1999) *From Maestro to Manager. Critical Issues in Arts & Culture Management*. Dublin: Oak Tree Press.
- Follet, M. P.** (1919) *Community is a process*. www.folletfoundation.org/writings 2011.05.31.
- Follet, M. P.** (1924) *Creative experience*. www.folletfoundations.org/writings 2011.05.31.
- Gagliardi, P.** (2006) Exploring the aesthetic side of organizational life. In S. Clegg, C. Hardy, T.B. Lawrence & W. Nord (eds.) *Sage Handbook of Organization Studies*. London: Sage.
- Gergen, K.J.** (1994) *Realities and Relationships: Soundings in Social Construction*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Grzelec, A. & Prata, T.** (2013) Artists in Organisations – Mapping of European Producers of Artistic Interventions in Organisations. *Creative Clash Report*. Berlin: WZB.
- Guillet de Monthoux, P.** (2004) *The art firm: aesthetic management and metaphysical marketing*. Stanford: Stanford University Press.
- Guillet de Monthoux, P., Gustafsson, C. & Sjöstrand, S.-E.** (eds.) (2007) *Aesthetic leadership. Managing Fields of Flow in Art and Business*. New York: Palgrave Macmillan.
- Haselwanter, O.** (2013) *Towards curated business development, using art and design*. Master thesis at Business & Design, School of Design and Crafts/ School of Business, Economics and Law, University of Gothenburg.
- Hernes, T. & Maitlis, S.** (eds.) (2012) *Process, Sensemaking and organizing*. Oxford: Oxford University Press.
- Jahnke, M.** (2013) *Meaning in the Making*. Business & Design Lab, HDK, School of Design and Crafts, University of Gothenburg.
- Johansson, U. & Woodilla, J.** (2009) Towards an Epistemological merger of Design Thinking, Strategy and Innovation. *8th European Academy of Design Conference, Robert Gordon University, Aberdeen, Scotland*.
- Johansson, U. & Woodilla, J.** (2012) Looking at Design Thinking Interventions as Artistic Interventions. *International Design Management Research Conference*, Boston.
- Johansson Sköldberg U., Woodilla, J. & Çetinkaya, M.** (2013) Design Thinking: Past, Present and Possible Futures. *Creativity & Innovation Management*, 22(2): 121-146.
- Johansson, U. & J. Woodilla, M.** (2013) Arguing for design thinking interventions as a form of artistic interventions. *Swedish Design Research Journal* 2(13): 40-47.
- Kimbell, L.** (2009) Design Practices in Design Thinking. *Paper presented at the EURAM 2009, Liverpool, UK*.
- Koivunen, N. & Rehn, A.** (2009) *Creativity and the Contemporary Economy*. Malmö: Liber.
- Krippendorff, K.** (1989) On the Essential Contexts of Artifacts or on the Proposition that "Design Is Making Sense (Of Things)". *Design Issues*, 5(2): 9-39.
- Kostera, M.** (2007) *Organizational Ethnography*. Lund: Studentlitteratur.
- Ladkin, D. & Taylor, S.** (2010) Leadership as art: Variations on a theme. *Leadership* 6(3): 235-241.
- Lawson, B.** 2006/1980. *How Designers Think – The Design Process Demystified*. Oxford: Architectural Press.
- Levasseur, R.** (2013) People skills: developing soft skills: a change management perspective, *Interfaces* 43(6): 566-571.
- Liedtka, J.** (2010) Business strategy and Design: Can this Marriage Be Saved? *Design Management Review* 26(2):6-11.
- Liedtka, J.** (2011) Learning to use design thinking tools for successful innovation. *Strategy and Leadership* 39(5): 13 -19.
- Liedtka, J. & Mintzberg, H.** (2006) Time for Design. *Design Management Review* 17(2): 10-20.
- Lockwood, T.** (2010) *Design Thinking: Integrating Innovation, Customer Experience, and Brand Value*. New York: Allworth Press.

- Linstead, S. & H. Höpfl (eds.) (2000) *The Aesthetics of Organization*. London: Sage.
- Meisiek, S. & Barry, D. (2014) The science of making management an art, *Scandinavian Journal of Management*, 30(1), 134-141.
- Mulgan G. (2007) *Social Innovation. What it is, why it matters and how it can be accelerated*. The Basingstoke Press, the Young Foundation.
- Neumaier, M. (2009). *The Designful Company*. Berkeley, CA: New Riders.
- Norman, D. (2010) Design Thinking: A Useful Myth. www.core77.com/blog/columns/design_thinking_a_useful_myth_16790.asp. 2013.02.28, 2013.02.20.
- Norman, D. & Verganti, R. (2014) Incremental and Radical Innovation: Design Research versus Technology and Meaning Change. *Design Issues*, 30(1): 78-96.
- Polanyi, M. (2009/1966) *The Tacit Dimension*. Chicago: University of Chicago Press.
- Rylander, A. (2009) Design Thinking as Pragmatist Inquiry. *European Group for Organization Studies (EGOS) Colloquium*.
- Sato, S. (2009) Great Innovations Through Design. *Journal of Business Strategy*, 30(2/3): 40-49-
- Schön, D. (1983) *The Reflective Practitioner. How Professionals Think in Action*. Aldershot, Surrey: Ashgate Press.
- Simon, H. (1996) *The Sciences of the Artificial*. Cambridge: MIT Press.
- Shalley, C. E. & Gilson, L.L. (2004) What Leaders need to know: A Review of Social and Contextual Factors that can Foster or Hinder Creativity. *Leadership Quarterly*, 15(1): 33-53.
- Soila-Wadman, M. & Köping, A.-S. (2009) Aesthetic Relations in Place of the Lone Hero in Arts Leadership: Examples from Film Making and Orchestral Performance. *International Journal of Arts Management*, 12(1): 31-43.
- Stenström, E. (2000) *Konstiga företag*. Stockholm: EFI.
- Strati, A. (1999) *Organization and Aesthetics*. London: Sage.
- Strati, A. (2007) Sensible knowledge and practice-based learning, *Management learning*, 38 (1): 61-77.
- Styhre, A. (2013) *A Social Theory of Innovation*. Malmö: Liber.
- Styhre, A. & Fröberg, J. (2013) Artist-in-residence work as détournement and constructed situations. Theorizing art interventions in organizations. <http://www.olkc2013.com/> 2014.02.15
- Styhre, A. & Sundgren, M. (2005) *Managing Creativity in Organizations*. Houndsmills: Plgrave MacMillan.
- Sutherland, I. (2012) Art-based methods in leadership development: Affording aesthetic workspaces, reflexivity and memories with momentum. *Management Learning*, 0(0) 1-19.
- Taylor, S.S. (2012) *Leadership craft, Leadership Art*. New York: Palgrave Macmillan.
- Taylor, S.S. & Hansen, H. (2005) Finding form: Looking at the field of organizational aesthetics, *Journal of Management Studies*, 42(6): 1211-1232.
- Taylor, S. & Ladkin, D. (2009) Understanding Arts-Based Methods in Managerial Development. *Academy of Management Learning & Education*. 8(1): 55 -69.
- Tonkinwise, C. (2011) A Taste for Practices: Unrepressing Style in Design Thinking. *Design Studies*, 32(6): 533-545.
- Venkatesh, A., Digerfeldt-Månsson, T., Brunel, F. F. & Chen, S. (2012) Design orientation: a grounded theory analysis of design thinking and action. *Marketing theory*, 12(3): 289-309.
- Verganti, R. (2006) Innovating Through Design. *Harvard Business Review*, 84(12):114-122.
- Verganti, R. (2009) *Design-Driven Innovation – Changing the Rules of Competition by Radically Innovating what Things mean*. Boston: Harvard Business Press.
- Visser, J. (2010) Database on Institutional Characteristics of Trade Unions, Wage Setting, State Intervention and Social Pacts 1960-2010. *Amsterdam Institute for Advanced Labour Studies AIAS, University of Amsterdam*.
- Welsch, W. (1997) *Undoing Aesthetics*. London: Sage.
- Wennes, G. (2009) Art, Creativity and the new. In *Creativity and the Contemporary Economy*. (eds.) Koivunen, N. & Rehn, A. Malmö: Liber. 35-53.

**ULISES NAVARRO AGUIAR**

Doktorand,
Business & Design Lab,
Göteborgs universitet

DESIGN STRATEGY: TOWARDS A POST- RATIONAL, PRACTICE- BASED PERSPECTIVE

AV ULISES NAVARRO AGUIAR

Denna artikel är en kritisk reflektion över konceptet designstrategi som den används i design management-litteraturen. Den börjar med att beskriva aktuella diskurser inom strategiforskningens bredare fält och diskuterar sedan hur design management-litteraturen tenderat att förbise alternativa strömningar inom strategiforskningen. Istället har det skett en anpassning till ortodoxa teorier inom strategisk management.

I många fall gör studier inom designstrategi dessutom antaganden utifrån en rationell planeringsansats och analyser av företagets resultat går före studier av involverade aktörer och deras handlingar. Forskning i design management reflekterar sällan djupgående över olika

skolbildningar inom företagsstrategisk forskning.

Det kan också hävdas att designstrategiska diskurser tenderar att vara normativa i ett försök att beskriva hur designstrategi borde vara. Det finns ett behov av en ny inriktning där den designstrategiska forskningen är förankrad i praktiken. Därför föreslås, för framtida studier, ett postrationellt, praktikbaserat perspektiv för att utveckla vår förståelse av strategi såsom den förhåller sig till design management.

KEYWORDS: Design strategy, Post-rational, Design management, Practice

ABSTRACT

This paper critically reflects on the concept of design strategy as deployed in design management literature. It starts by describing current discourses in the wider field of strategy research and then discusses how, by conforming to orthodox theories in strategic management, design management literature has tended to overlook alternative streams of strategy research. In many instances, studies in design strategy adopt taken-for-granted assumptions from *rational planning approaches*, and analyses of firm performance tend to take precedence over actors and their actions. Thus, it highlights the need for new lines of inquiry grounded in practice, letting go of the economic rationality and theoretical abstractions that have permeated mainstream strategy research. Hence, for future studies, it suggests a post-rational, practice-based perspective to advance our understanding of strategy as it relates to design management.

INTRODUCTION

Over the last decade, design has been capturing the attention of many scholars in the broad field of management and organization studies (Rylander, 2009; Stigliani and Ravasi, 2012). This thrust of interest in design is obviously coupled with the rise of the ‘design thinking’ discourse throughout the second half of the 2000’s, which emerged as “an approach meant to harness the creativity of the designer within the context of business” (Collins, 2013, p. 36). As pointed out by Rylander (2009), the rise of this discourse concurs with other trends in management oriented towards innovation. Without a doubt the hype created by ‘design thinking’ stretched the scope of the design management field, raising design awareness at large.

However, design management as a field of research is still in emergence seeking to establish itself in its own right. In the late 80’s, the launch of the *Design Management Review* and the *Design Management Journal*, the periodical publications from the Design Management Institute, prompted more systematic discussions and research to understand the business and organizational side of design. The former uses the *Harvard Business Review* as a role model while the latter follows a scholarly direction. These publications have served as a vehicle for discussion in the development of the field, but for the most part, have remained quite focused on case studies (Kim and Chung, 2007), and not so much on theory development.

As an emerging field, design management has tended to ‘borrow’ theory and concepts from management studies to

apply them in design contexts (Erichsen and Christensen, 2013). These adaptations result in the acceptance of taken-for-granted assumptions that remain unquestioned or even plainly ignored, such is the case of existing research connecting design and strategy. From the outset, design management research has been more acquainted with the design research community than with the management research community (Erichsen and Christensen, 2013), which has caused a certain degree of naïveté in its approach to management theory. In the quest for a wider audience and relevance in practitioner settings, much of the design management literature has embraced well-established and orthodox theories in strategic management, referring to only a few prominent authors in the field—e.g. Michael E. Porter, Jay B. Barney—but overlooking contrasting schools of thought, and lacking a critical perspective. While some studies have used design as a metaphor for strategy-making, borrowing concepts from design theory (Liedtka, 2000; Heracleous and Jacobs, 2008; Hatchuel, et al. 2010), the actual practices of strategy-making in a design management context have seldom been studied in their discursive and material dimensions that transcend the economic rationality and managerialism that have permeated mainstream strategy discourses. Hence, the purpose of this paper is to contribute to the development of critical discussions connecting strategy research and design management studies, in order to challenge the deployment of orthodox notions of strategy in design management.

WHY DESIGN STRATEGY NOW?

On the most basic level strategy is defined as a plan of action designed to achieve a long-term or overall aim (Oxford Dictionary). Etymologically, it derives from the Greek word *strategos* which means ‘generalship’ or ‘commandership’, which in turn is composed by *stratos* (army) and *agein* (to lead). As Carter *et al.* (2009) note, strategy is essentially “a post-Second World War, largely US invention, with undoubted roots in military thinking” (p. 2).

Today, strategy is undoubtedly one of the most influential fields in management. Carter (2013) even calls it “the master concept of contemporary times” (p. 1047). One does not have to be a business-savvy person to recognize its importance. Indeed, strategy provided new language and practices through which organizations understand and organize (Carter, 2013). It exerts a determining influence over the practice of organizing and the study of organizations that impacts all corporate functions, including design.

These days there is a widespread recognition that

design is relevant for business. The integration of design approaches for innovation purposes in organizations is now commonplace. To talk about the strategic importance of design has arguably become a truism. Kim and Chung (2007) highlight the shift in roles from design as a function in product development, towards design as a strategic asset for firms. As they note, there is a “tendency to emphasize the importance of strategy in design management as a way of improving design’s contributions” (Kim and Chung, 2007, p. 45). In the last decade, product-centered discourses have come to be replaced by strategy-centered discourses mainly focused on innovation.

This elevation of design in the eyes of the wider public has prompted questions about the strategic value of design, which is why discussions connecting design and strategy have become so prominent. Despite this overhaul in reputation, there is not a consistent understanding of ‘design strategy’ in the literature (Äijälä and Karjalainen, 2012). In some cases ‘design strategy’ refers to the long-term planning of brand and product development of a company, in other cases it refers to the set of decisions leading to the physical or functional attributes of a new product or new line of products, in other cases it refers to creative methods for strategy formulation, and still in other cases it refers to an overall design vision or a design style. In practice, the marriage between strategy and design is unfolding in different manners and under different labels such as ‘design strategy’, ‘strategic design’, or even ‘design thinking’. As mentioned before, this advancement in the strategic standing of design and the expansion of its scope of work has been tied to the debated rise of ‘design thinking’, in conjunction with the growing influence of international design consultancies —e.g. IDEO, frog, Continuum—, which have stepped into the realm of strategy consulting, adopting more creative roles in the formulation of strategy for corporate clients, including ‘strategy visualizers’, ‘core competency prospectors’ (Seidel, 2000), and incorporating user knowledge and design research methods to enhance strategic decision-making (Chhatpar, 2007). The aim of this paper is not to present a comprehensive review of approaches to the definition of design strategy in the literature, but to problematize how the term is often deployed, so as to propose new lines of inquiry rooted upon alternative conceptualizations of strategy. In order to achieve this, a rough overview of four streams of strategy research is now presented.

FOUR STREAMS OF STRATEGY RESEARCH

As pointed out before, research in the discipline of strategy is in a rather mature stage. It is also witnessing the emergence of new approaches that both, confront and build upon, previous studies. Thus, an overview of the basic concepts underpinning each one of these streams is now presented (see Figure 1).

Rational Planning Approach

Historically, two leading proponents of business strategy research —today considered the founding fathers of strategic management— emerged in Cold War North America of the 1960’s: Alfred D. Chandler and Igor H. Ansoff. Economics provided ready-made frameworks to this new emerging field of strategy which found legitimacy this way in a context of prevailing “modernist scientism” (Whittington, 2004, p. 64). Strategic management grew alongside management consultancies fostering the development of superior tools and methods for formulating better strategies for corporate clients (Mathiesen, 2013). Ansoff’s analytics were further developed by Porter in the 1980’s with the introduction of new concepts and models such as “competitive advantage”, “value chain”, “five forces analysis” (Porter, 1980; Porter, 1985). In this discourse, strategy is conceptualized as a rational and logical planning endeavor performed by top management and commonly known as ‘strategic planning’. I will refer to this as the *rational planning approach* —also referred to as *the design school*, *the positioning school* or *the industrial organization view of strategy*—, which represents the still dominant and more traditional school of strategic management. According to this view, a company has competitive advantage when it is implementing a value-creating strategy to acquire and develop competencies and resources that cannot be easily emulated by other competitors in order to outperform them, emphasizing firm performance (Porter, 1980). In this understanding, strategy is about consolidating actions to create or maintain a defensible position in an industry. The unit of analysis is referred to as “the firm” and the typical level of analysis is “the industry”.

Despite its widespread influence, this approach has been severely criticized. In the 1990’s, a certain unconformity with traditional models started to emerge, basically claiming that there was a lack of practical relevance (Campbell and Alexander, 1997). This model of strategy formulation assumes that managers, through careful planning, are able to identify sources of competitive advantage and direct their business accordingly (Alvesson and Willmott, 1995).

A managerialist stance that assumes that top managers at the corporate headquarters have all the information they need to make the best decisions. According to Ezzamel and Willmott (2004), rational planning is “governed by a normative compulsion to prescribe” (p. 45), in a relentless attempt to dictate how strategy *should* be. Strategy takes place in striking isolation, since scholars in this stream pay little attention to the influence of the institutional context in all strategic decision-making. Despite this criticism, Michael Porter is still considered the leading authority in business strategy and the rational planning approach is still at the core of MBA courses on strategy (Mathiesen, 2013).

Resource-based Approach

The resource-based view (RBV) of the firm has become a strong discourse in strategic management. This stream of strategy research developed as a complement to the rational planning approach, also based upon economic frameworks. However, the focus is diverted from the industry level of analysis upheld by rational planning approaches, in which the bases for firm performance are outside the firm, towards firm-level resources and capabilities that generate competitive advantage, explicitly looking at internal sources and assessing why firms in the same industry might differ in performance (Jarzabkowski, 2008; Kraaijenbrink et al., 2010). Thus, its key proposition is that if a firm is to attain a sustainable competitive advantage, it must acquire and control valuable, rare, inimitable, and non-substitutable resources and capabilities, in addition to fostering a state in which the organization can absorb and apply them (Barney, 1991). Resources are all assets, capabilities, organizational processes, information, knowledge controlled by a firm, as Barney (1991) argues.

The key proposition of RBV is shared by several related analyses (see Kraaijenbrink et al., 2010): core competences, dynamic capabilities, and the knowledge-based view. For instance, dynamic capability theory emerges as an improved development within RBV accounting for a more dynamic view of resources and capabilities within the firm.

The RBV theory has made an important contribution by expanding the conceptual lens of traditional strategic management. However, it has also been heavily criticized. It has been argued that valuable, rare, inimitable, and non-substitutable resources—a key element in the theory proposed by Barney (1991)—are neither necessary nor sufficient for sustainable competitive advantage, plus the concepts of ‘value’ and ‘resource’ have been reckoned as too indeterminate to constitute useful theory (Kraaijenbrink et

al., 2010). On another front, this view has been criticized for its conceptual and methodological limitations still bounded to economic rationality, since it fails to deliver a coherent account of strategy-making, namely how capabilities are developed and modified over time (Jarzabkowski, 2008). It could be argued that the rational planning and the resource-based approach still suffer from ‘physics envy’ (Carter, 2013).

Process Approach

Henry Mintzberg is perhaps considered the most emblematic figure in the *process approach*, also known as *the emergent school* or *the action school*. Basically, he argues that strategic planning is an unrealistic enterprise, and critiques the idea that strategy can be created in a formal process (Mintzberg, 1992). In his view, strategy is emergent rather than intended, and it arises as a series of incremental decisions that form recognizable patterns after some time (Mintzberg, 2007). As a result, strategy can only be studied retrospectively. For Mintzberg (1992; 1994), it makes no sense creating a division between formulation and implementation, as he conceives strategy-making as a process whereby ideas “bubble up” from the bottom to the top of the organization. Middle-managers play a crucial role as they are the ones who often come up and act upon these ideas to make them work in the organization. Thus, from this view, strategy is “a negotiated outcome of competing values and conflicts of interest” (Ezzamel and Willmott, 2004, p. 44).

The process approach in its different branches set forth by Mintzberg, Bower-Burgelman, Pettigrew, and others, breaks with the assumption that strategy is a top-down endeavor. It also introduces a dynamic view of strategy as a process in which the role of the strategist is problematized, and provides a humanizing perspective to strategy research (Jarzabkowski, 2008), one that takes into account the messy, political and sometimes irrational nature of organizations. This approach clearly resonates with the neo-institutionalist perspectives in organization studies, and provides more tools to investigate the human dimensions of the organization that were somehow lost in the economic theories of the rational planning approach. The approach here is post-rational as the focus is on how strategy actually unfolds in organizations (Pettigrew, 2007) as opposed to the rational planning approach whose focus lies on prescription and the definition of an ideal state of the firm.

Although this stream of research unveils interesting counterpoints to the rational planning approach, it has also been subjected to criticism. For instance, Mintzberg’s work has been criticized for focusing only on grass roots strategies

that emerge within the organization, negating agency in strategy-making, and centering the attention on the messy emergence of strategy that overlooks the relationship between formal intent and emergence (Jarzabkowski, 2008).

Strategy-as-practice Approach

As a an emerging movement in strategy research, strategy-as-practice (SAP) re-conceptualizes strategy as something that people *do* in organizations rather than something organizations *have* (Johnson *et al.*, 2007), with a “focus upon the way that actors interact with the social and physical features of context in the everyday activities that constitute practice” (Jarzabkowski, 2004, p. 529). In this sense, strategy is considered not only as an attribute of firms but also as an activity undertaken by people (Johnson *et al.*, 2003). The focus is not on firm performance—contrasting with other approaches—but on ‘strategizing’, in an attempt to uncover what it is exactly that practitioners do when they do strategy (Whittington, 2004). In mainstream strategy research, strategies are theorized as somehow disembodied, but SAP places human and socio-material interaction at the core,

for “if sustainable advantage can be achieved and sustained it is likely this is because such advantage is lodged in the interactive behaviours of people in organizations” (Johnson *et al.*, 2007, p. 8). Proponents of this current describe it as a “concern with what people do in relation to strategy and how this is influenced by and influences their organizational and institutional context” (Johnson *et al.*, 2007, p. 7).

Some of the criticism against this approach points to the fact that SAP draws from a number of varied theoretical inspirations leading to vagueness, which impedes the emergence of a proper school of thought (Mathiesen, 2013). It has also been criticized for the adoption of unclear and contradictory definitions of the concept of practice (Carter *et al.*, 2008). Also, it is still a matter of debate whether SAP is only a re-branding of the process approach, as both are post-rational analyses and rely upon sociological perspectives to understand strategy-making. Furthermore, it has been suggested that SAP is managerialist and conservative in its understanding of strategy, failing to engage critically with it (Carter, 2013).

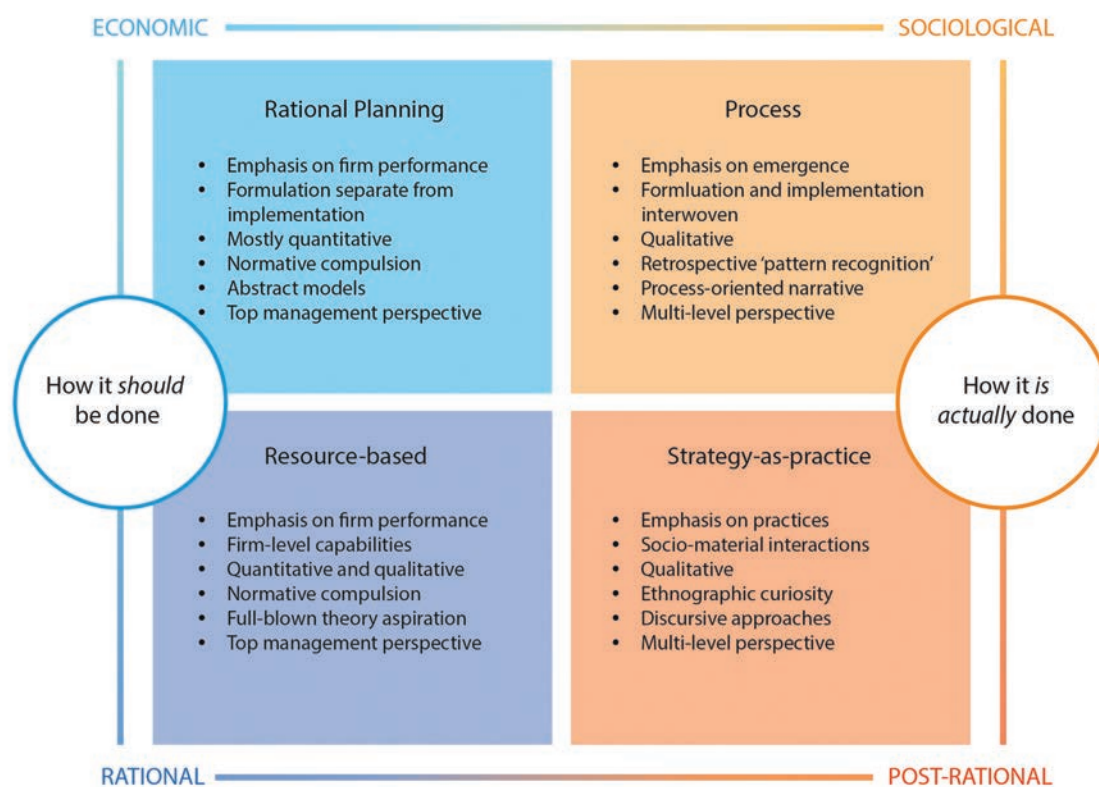


Fig. 1. Four streams of strategy research

ASSESSING DESIGN STRATEGY DISCOURSES

As Erichsen and Christensen (2013) point out, there are two visible trends in design management research, which are attributed to different generations of researchers: (1) infusing management approaches in design contexts, and (2) infusing design approaches (i.e. design thinking) in management contexts. This partition has led to different deployments of the connection between design and strategy. The notion of design itself can be treated in different ways in its relation to strategy. Sometimes design is narrowly treated as a practice of shaping material objects, some other times it is about a set of creative methods that can be applied to solve business problems, and some other times it is broadly conceptualized as a way of thinking or an attitude (for a review on ‘design thinking’, see Johansson Sköldberg *et al.*, 2013). Stevens and Moultrie (2011) make a distinction between ‘design strategy’ and ‘strategic design’. While the former refers to a long-term plan for implementing design at a product level, the latter refers to the successful exploitation of design throughout the firm. This semantic distinction is useful in the development of their argument but the two concepts are interchangeable at times in design management literature.

Infusing management approaches in design contexts

The first generation of design management researchers tend to present a picture of design as a key organizational resource that brings about many benefits for the firm, namely differentiation, brand recognition, development of successful and profitable products, development of a creative culture, creation of new markets —just to name a few—, and ultimately, superior performance and sustainable competitive advantage. For instance, Cooper *et al.* (1998) rely on a rational planning approach to strategy, characterizing design as yet another —somewhat overlooked— resource for the firm to attain sustainable competitive advantage and affirm its position within the competitive landscape. This view assumes that clever design strategies lead to good design, translated into graphics, products, and environments in an organization, which, in turn, boosts firm performance. The sequential logic of this proposition denotes quite an orthodox view of strategy that fails to acknowledge the influence of institutional forces in shaping decisions. Approaching design from such a narrow perspective is not helpful, because it reduces design to rational economic frames, and submits it to performance standards that are not well-suited to the nature of the design project, which is based upon another epistemology. However, it is important to point out that, back in the 1990’s, design was seldom

addressed as a strategic issue for companies, so it does not come as a surprise that design management scholars were using business speech and popular management concepts to appeal to a wider audience of management practitioners and academics, building the case for design in business. Thirteen years after the aforementioned publication, looking in retrospective at the development of the field of design management, Cooper and Junginger (2011) affirm that:

“One of the ways in which it has tried to remain relevant is by picking up emergent themes of the day. This has allowed design management to capture the imagination of business leaders for a moment but it has also meant that it neglected its own research into design and almost abandoned its roots. A lot of energy was spent on fitting design into the management paradigms and with aligning design processes with those that were established and accepted in management.” (p. 18)

For instance, drawing from the rational planning approach, Mallick (2000) uses contingency theory and the notion of strategic fit in product design. Borja de Mozota (2002) uses the value chain concept in connection with design management, to look at competitive advantages through design. Grzechnowska and Mostowicz (2004) discuss how design can improve competitiveness and profitability. Jun (2008) discusses how design strategy can be defined as strategic planning for markets. Also, Borja de Mozota (2006) uses the balance scorecard model in her analysis of the four powers of design. Indeed, the case for *good design leads to better performance* is a common trait in most of these studies. However, this single-minded conceptualization overlooks many social aspects and institutional elements that influence the practice of design in the organizational context.

Also, many studies incorporate notions belonging to the RBV approach to strategy. For instance, Jevnaker (2000) and Rosensweig (2011) take up the concept of dynamic capabilities to explain how design resources can be leveraged more effectively. Borja de Mozota and Kim (2009) argue that, in order to attain competitive advantage through design, firms need to consider design as a core competency as opposed to strategic fit. Undoubtedly, the focus on internal aspects is a step forward in the study of design strategy, but the discourse is still centered on firm performance, whereas actors and situated practices that build these so-called “design capabilities” are out of sight. The RBV framework is not fully equipped to unpack the notion of capabilities in a

theoretical explanation as it remains trapped in disembodied notions of strategy.

Most studies that draw from the rational planning approach, conceptualize design as a function in product development, and focus on controlling and managing design for competitive advantage in an output-focused discourse. In contrast, most studies that draw from the RBV approach, conceptualize design as a resource or core competency, and focus on the management and development of internal design capabilities for competitive advantage. Whereas for the former, the link between design and strategy could be described as *using design (as a function) as part of a firm's strategy*, for the latter it could be described as *building design (as an internal capability) as part of a firm's strategy*. While understandable, the use of popular strategic management concepts is counterproductive because it locks design into positivistic descriptions (Johansson-Sköldberg *et al.*, 2013). The conceptualization of design as a resource for the firm, in the rational planning approach and the RBV vein, detaches design from practice and transforms it into another organizational process to hone and exploit, disregarding lived experience, actors and their actions. Indeed, analyses of firm performance tend to take precedence over actors and their actions.

Infusing design approaches in management contexts

The emergence of design thinking as a discourse in design management has highlighted the designer's skill and way of thinking as potential enablers to address managerial and strategic problems in a more creative way. Within this discourse, there is a clear aspiration of revitalizing the management field through the use of design approaches (Rylander, 2009). It is undeniable that this has prompted important—and still on-going—conversations about the role of design in organizations, making it a hot topic in the business agenda. However, there are some aspects that are problematic in the 'next-big-thing' thrill that followed the rise of 'design thinking'. The buzz in practitioner-oriented literature demystified, at the risk of oversimplification, the practice of design to management audiences, making it more graspable. Indeed, a large part of this literature embraces process and/or method oriented discourses that can only go so far, since they overlook tacit dimensions of knowledge in the practice of designing.

Many studies in this vein revolve around the idea of integrating design methods and/or designers in strategy development. For instance, Sanchez (2006) suggests that designers have skills and methods that can complement

more traditional market and industry analyses, namely, deep user knowledge and visualization skills. In the same line of thought, Chhatpar (2007) argues that the iterative, user-centric methodologies of design can supplement the rigor of traditional analytical approaches to allow for more-accurate and flexible evaluation of strategic options. In this perspective, design is conceptualized as a set of creative human-centered methods that should support strategy-making activities. Studies adopting this angle advocate for design to have an active role in strategic management. Thus, design methods are viewed as complementary tools in the development of strategy, becoming some sort of 'add-on' to existing strategic management processes. Hence, in this method-focused conceptualization, the link between design and strategy could be described as *using design (as a creative methodology) to facilitate a firm's strategy-making process*. Although this perspective embodies an alternative to traditional strategic thinking, and represents a new way of connecting design and strategy, the risk of conceptualizing design as a set of creative problem-solving methods, is that the actual *experience of designing* is abstracted away, potentially overshadowing other valuable perspectives of the design practice (Jahnke, 2012). Other studies in this vein focus on the way designers think in terms of general principles, using design as a metaphor for strategy-making and arguing that strategists should think like designers. This type of work resonates with the *Managing as Designing* movement (Boland & Collopy, 2004) and also Martin (2009) who suggest that managers should use design thinking as a way to approach indeterminate organizational problems. Hence, in this conceptualization, the link between design and strategy could be described as *using design (as a way of thinking that managers should learn) to facilitate a firm's strategy-making process*.

If our understanding of the connection between design and strategy is to improve, the discussion needs to go beyond the instrumental deployment of design as an approach for strategists to think more creatively. Future studies need to engage with the politics of organizational life and *experienced* design practice. Indeed, abstract explanations that obscure the messiness of context—e.g. power and politics, institutional arrangements, identity, materiality—still prevail. Studies seeking to infuse design approaches in management contexts are seldom critical of orthodox strategic management, and are rather advocating for design integration.

Perhaps in the more systematic attempt to align design and strategy perspectives to date, Stevens and Moultrie

(2011) set out to build a framework to identify design's strategic contributions. They go about it by importing four foci from research in strategic management: (1) competitive forces, (2) strategic fit and value creation, (3) resources and capabilities, (4) strategic vision. These broad categories serve as placements of contributions in a dialogue between strategic management and design management literature. However, their attempt at characterizing design's strategic contributions is mostly limited to rational planning and RBV approaches. Mintzberg (1994) is also referenced in the 'strategic vision' category, a concept that he proposes in an effort to challenge the idea of 'strategic planning' prevalent in traditional approaches. Interestingly, SAP perspectives remain largely ignored in Stevens' and Moultrie's (2011) analysis. This constitutes a potentially fertile avenue for future research. Introducing design's contribution by adopting orthodox perspectives might be important to reach audiences, but as Johansson and Woodilla (2011) assert:

“we believe it is just as important – and even required from a Scandinavian perspective- for a research area to encompass different paradigms so that the range of underlying assumptions becomes broader and deeper. In particular, a research area that does not include critical and reflexive research is in danger of being too shallow.” (p. 472)

CONCLUSION

As previously mentioned, mainstream assumptions in strategic management are still tied up to the notion of rational planning and the resource-based view of the firm, evidencing how modernism and Cartesian logic underpin the very foundations of strategy (Carter *et al.* 2009; Whittington, 2004). The rational planning approach, with its outside-in focus, has been heavily criticized as it distorts effective strategy processes (Mintzberg, 1987), and detaches the attention from practice (Whittington, 2004). Also, the resource-based view, a complementary orthodox discourse, with its inside-out focus, has been criticized for its conservative doctrine and economic assumptions, trying—but failing—to include explanations of socially complex forms of competitive advantage (Carter *et al.*, 2009; Jarzabkowski, 2008). Interestingly, research linking design and strategy tends to adhere to these orthodox views, overlooking other streams of research, such as the process approach and strategy-as-practice. Indeed, Erichsen and Christensen (2013) draw attention to the fact that research in design management seldom reflects or includes in-

depth research on different schools of thought in strategy scholarship and tends to “only scratch the surface of the research themes in management” (p. 115). It could be argued that design strategy discourses have tended to be normative and prescriptive in an attempt to outline how design strategy should be, conforming to a restraining economic rationality. In current research, there is a clear lack of concern with experienced practice and contextual factors decisive in shaping activity.

Rarely has design been explicitly connected to strategy using an approach founded on experienced practice, and little has been said about the way designers actually 'strategize' in their organizations. This is most probably due to the widespread belief that strategy results from one-off decisions which are made in secret corporate rooms, and then implemented down through a hierarchy (Johnson *et al.*, 2007). Thus, future studies should embrace post-rational analyses of strategy and adopt more critical viewpoints when looking at the interrelation and interdependence between strategizing and designing, and the politics associated with this relationship in the organizational context. SAP constitutes a novel approach to strategy research that might generate richer discussions of how things work, weaving together individual activities and the emergent strategy outcome. A practice-based perspective that takes into account socio-materiality might provide key elements to discover alternative contributions of design to the research and practice of strategy, going beyond the functionalism that has prevailed in design management research (Johansson & Woodilla, 2011).

ACKNOWLEDGEMENTS

An earlier version of this paper was presented at the 12th Nordcode Seminar “Thinking X Making” held at NTNU in Trondheim in autumn 2013. The author would like to thank the participants for their comments and suggestions. This research is funded by Marie Curie Actions FP7 through the DESMA Network.

REFERENCES

- Äijälä, E. & Karjalainen, T. (2012). "Design strategy and the strategic nature of design", in Karjalainen, T. (Ed.), *IDBM Papers Vol. 2*, IDBM Programme, Aalto University, Helsinki, Finland, pp. 22-37
- Alvesson, M. & Willmott, H. (1995). "Strategic management as domination and emancipation: from planning and process to communication and praxis", in Baum, J. (Ed.), *Advances in Strategic Management*, Vol. 11A, JAI press, Greenwich, CT.
- Barney, J. B. (1991). "Firm resources and sustained competitive advantage". *Journal of Management*, Vol. 17, No. 1, pp. 99-120
- Boland, R. & F. Collopy. (2004). *Managing as Designing*. Stanford University Press; Stanford, California.
- Borja de Mozota, B. (2002). "Design and Competitive Edge: A Model for Design Management Excellence in Europe SMEs". *Design Management Journal*, Vol. 2, No. 1, pp. 88-103.
- Borja de Mozota, B. (2006). "The Four Powers of Design: A Value Model in Design Management". *Design Management Review*, Vol. 17, No. 2, pp. 43-53.
- Borja de Mozota, B. & Kim, B.Y. (2009). "Managing Design as a Core Competency: Lessons from Korea". *Design Management Review*, Vol. 20, No. 2, pp. 66-76
- Campbell, A. & Alexander, M. (1997), "What's wrong with strategy?" *Harvard Business Review*, Vol. 75, No. 6, pp. 42-51.
- Carter, C. (2013). "The Age of Strategy: Strategy, Organizations and Society". *Business History*, Vol. 55, pp. 1047-1057.
- Carter, C., Clegg, S. & Kornberger, M. (2008). "Strategy as Practice?" *Strategic Organization*. Vol. 6, No. 1, pp. 83-99.
- Carter, C., Clegg, S. & Kornberger, M. (2009) *A Very Short, Fairly Interesting and Reasonably Cheap Book about Studying Strategy*. Sage, London, UK.
- Chhatpar, R. (2007). "Analytic enhancements to strategic decision-making from the designer's toolbox". *Design Management Review*. Vol. 18, No. 1, pp. 28-35
- Collins, H. (2013). "Can design thinking still add value?" *Design Management Review*. Vol. 24, No. 2, pp. 35-39
- Cooper, R., & Junginger, S. (2011). Editorial introduction. In R. Cooper, S. Junginger, & T. Lockwood (Eds.), *The Handbook of Design Management*. Oxford, UK: Berg.
- Cooper, R., Olson, E. M. & Slater, S. F. (1998). "Design strategy and competitive advantage". *Business Horizons*. Vol. 41, No. 2, pp. 55-61
- Erichsen, P.G. & Christensen, P.R. (2013). "The evolution of the design management field: a journal perspective". *Creativity and Innovation Management*. Vol. 22, No. 2, pp.107-120
- Ezzamel, M. & Willmott, H. (2004). "Rethinking Strategy: Contemporary Perspectives and Debates". *European Management Review*, Vol. 1, No. 1, pp.43-48.
- Grzeznowska, A. & Mostowicz, E. (2004). "Industrial design: a competitive strategy". *Design Management Review*. Vol. 15 No. 4, pp. 55-60
- Hatchuel, A., Starkey, K., Tempest, S. & Le Masson, P. (2010). "Strategy as innovative design: an emerging perspective", in Baum, J.A.C. and Lampel, J. (Ed), *The Globalization of Strategy Research (Advances in Strategic Management, Volume 27)*, Emerald Group Publishing Limited, pp 3-28
- Heracleous, L. & Jacobs, C.D. (2008), "Crafting Strategy: The Role of Embodied Metaphors". *Long Range Planning*, Vol. 41, No. 3, pp. 309-325
- Jahnke, M. (2012). "Revisiting Design as a Hermeneutic Practice: An Investigation of Paul Ricoeur's Critical Hermeneutics". *Design Issues*. Vol. 28, No. 2, pp. 30-40
- Jarzabkowski, P. (2004). "Strategy as Practice: Recursiveness, Adaptation, and Practices-in-use". *Organization Studies*. Vol 25, No. 4, pp. 529-560
- Jarzabkowski, P. (2008). "Strategy-as-Practice", in Barry, D. and Hansen, H. (Ed.), *The Sage Handbook of New Approaches in Management and Organization*, Sage, London, UK, pp. 364-378
- Jevnaker, B. H. (2000). "How design becomes strategic". *Design Management Journal*. Vol. 11, No. 1, pp. 41-47
- Johansson, U. & Woodilla, J. (2011). A Critical Scandinavian Perspective on the Paradigms Dominating Design Management. In R. Cooper, S. Junginger, & T. Lockwood (Eds.), *The Handbook of Design Management*. Oxford, UK: Berg.
- Johansson-Sköldberg, U., Woodilla, J. & Cetinkaya, M. (2013). "Design thinking: Past, Present and Possible Futures". *Creativity and Innovation Management*. Vol. 22, No. 2, pp.121-146
- Johnson, G., Langley, A., Melin, L. & Whittington, R. (2007). *Strategy as Practice: Research Directions and Resources*. Cambridge University Press, Cambridge, UK.
- Johnson, G., Melin, L. & Whittington, R. (2003). "Micro strategy and strategizing: towards an activity-based view". *Journal of Management Studies*, Vol. 40, No. 1, pp. 3-22.
- Jun, C. (2008). "An Evaluation of the Positional Forces

- Affecting Design Strategy”. *Design Management Journal*. Vol. 3. No. 1, pp. 23-29
- Kim, Y.J. & Chung, K.W.** (2007). “Tracking Major Trends in Design Management Studies”. *Design Management Review*, Vol. 18, No. 3, pp. 42–48.
- Kraaijenbrink, J., Spender, J.C. & Groen, A.** (2010). “The Resource-Based View: A Review and Assessment of Its Critiques”. *Journal of Management*. Vol. 36, No. 1, pp. 349-372
- Liedtka, J.** (2000). “In defense of strategy as design”. *California Management Review*, Vol. 42, No. 3, pp. 8-30
- Mallick, D.N.** (2000). “The design strategy framework”. *Design Management Journal*. Vol. 11 No. 3, pp. 66-73
- Martin, R.** (2009). *The Design of Business: Why Design Thinking is the Next Competitive Advantage*. Harvard Business School Press, Boston, MA.
- Mathiesen, M.** (2013). *Making strategy work: an organizational ethnography*. PhD thesis. Copenhagen Business School.
- Mintzberg, H.** (1987). “Crafting strategy”. *Harvard Business Review*, Vol. 65, No. 4, pp. 66-75
- Mintzberg, H.** (1992). “Mintzberg on the rise and fall of Strategic Planning”. Interview by Bruce Lloyd. *Long Range Planning*. Vol 25, No. 4, pp. 99-104
- Mintzberg, H.** (1994). “The rise and fall of strategic planning”. *Harvard Business Review*. Vol. 72, No. 1, pp. 107-114
- Mintzberg, H.** (2007). *Tracking strategy: toward a general theory*. Oxford University Press. Oxford, UK.
- Pettigrew, A.M.** (2007). “The character and significance of strategy process research”. *Strategic Management Journal*. Vol. 13, No. S2, pp. 5-16
- Porter, M.E.** (1980) *Competitive Strategy*, Free Press, New York, NY.
- Porter, M.E.** (1985) *Competitive Advantage*, Free Press, New York, NY.
- Rosensweig, R.R.** (2011). “More than heroics: building design as a dynamic capability”. *Design Management Journal*. Vol. 6, No. 1, pp. 16-26
- Rylander, A.** (2009).” Design thinking as knowledge work: epistemological foundations and practical implications”. *Design Management Journal*. Vol. 4, No. 1, pp.7-19
- Sanchez, R.** (2006). “Integrating design into strategic management processes”. *Design Management Review*. Vol. 17, No. 4, pp. 10-17
- Seidel, V.** (2000). “Moving from Design to Strategy: The Four Roles of Design-Led Strategy Consulting”. *Design Management Journal*, Vol. 11, No. 2, pp. 73-79.
- Stevens, J., & Moultrie, J.** (2011). “Aligning strategy and design perspectives: A framework of design’s strategic contributions”. *The Design Journal*, Vol. 14, No. 4, pp. 475-500
- Stigliani, I. & Ravasi, D.** (2012). “Product Design: a review and research agenda for management studies”. *International Journal of Management Reviews*. Vol 14, No. 4, pp. 464-488
- Whittington, R.** (2004). “Strategy after modernism: recovering practice”. *European Management Review*, Vol. 1, No. 1, pp. 62-68.



Gästprofessor, Textilhögskolan, Borås;
 Professor, St. Petersburg Polytechnic Univ. Dept.
 of Engineering Graphics and Design;
 Adjunct Professor, Aalto University, School of ARTS
 and School of Business, Helsingfors, Finland

RETHINKING TEXTILE FASHION: New Materiality, Smart Products, and Upcycling

AV ANTTI AINAMO

Tillverkning av en stor del av det textila modet har flyttat utomlands, från västvärlden till utvecklingsländer i jakten på kostnadseffektivisering. Hänsynen till miljön har gått förlorad i den processen i brist på klarhet i hur företaget driver sina verksamheter eller bristande kunskaper om vem som är ansvarig för vad i tillverkningskedjan. Olika strategier för radikal systemförändring och internationell omorganisation av textilt mode har föreslagits i forskningslitteraturen. Dessa inkluderar: (1) "ny materialism" eller uppfattningar om vad som är textila material och hur de borde vara. (2) "traditionell materialism" eller återgång till långsamt mode (3) "smarta" textilier, kläder och parametriskt orienterade lösningar för att

möjliggöra och påskynda de sätt som radikala systemförändringar kan komma att ske och (4) "up-cycling" eller aktiviteter för att öka det symboliska värdet av långlivade kläder.

Denna artikel är menad som ett tankeväckande scenario av hur en ny materialism skulle kunna erbjuda en metod att föra tillbaka ansvaret, omsorgen om miljön inom den textila modebranschen och kanske även i ett vidare fält.

KEYWORDS: Upcycling, Smart textile, Smart fashion, Sustainability, New materialisms

ABSTRACT

Manufacturing operations in much of textile fashion have migrated from the developed economies to developing countries in search of cost economies. Consideration for the natural environment has been lost in the process due to lack of clarity what corporation or some other participant in what kind of an economy is most responsible. This paper is intended as a thought piece on how new materialisms offers an approach to bring back responsible concern for the natural environment in textile fashion and, perhaps, beyond.

INTRODUCTION ¹⁾

Resources, skills or wills for environmental protection have not always readily been found in textile fashion. While the manufacturing of textile fashion may have created many new jobs in developing economies in the last ten years as a result of outsourcing manufacturing of cotton textile and clothes from developed economies (Gereffi & Frederick 2010), the net effect of the outsourcing has been detrimental in terms of the loss of ecological balance when it comes to the natural environment. Manufacturing in the developing economies often pollutes more than in developed economies. Transportation costs are high since consumption of fast fashion is more characteristic of consumption in developed economies than it is of consumption in the developing ones (Allwood et al. 2006, 2008). The migration of manufacturing has furthermore gone hand in hand with an externalization of who is responsible for environmental protection. With this kind of an emergence of an increasingly ecologically unsound and irresponsible system, calls for radical system-wide change in how textile fashion is manufactured and distributed internationally have grown (e.g. Niinimäki & Hassi 2011; Chomsky 2011, p. 16; Fry 2009, p. 74). Justified questions include: What alternative approaches exist for bringing about the radical and system-wide change in textile

fashion? How to know which of such approaches is best? With this kind of a background, this paper is intended as a thought piece on how to make textile fashion a more sustainable human pursuit than it is now.

ALTERNATIVE APPROACHES TO RADICAL SYSTEM-WIDE CHANGE

More than one kind of an approach for radical and system-wide change and international reorganization of textile fashion has been proposed in research literature. These include: (1) “new materialisms” or understandings of what is textile material and what it ought to be (Coole & Scott 2010; Hemmings, 2012; Moor & Mann-Weber & Haberle 2012), (2) “traditional materialism” or return back to slow fashion or even to a steady state (O’Connor 2010), (3) “smart” textiles, clothes and parametrically oriented solutions to enable and speed up the ways that the radical and system-wide change will cascade (Fletcher 2013:25; Hanna 2012; Jonson 2012; Quinn 2010; Tang & Stylos 2006; Allwood et al. 2006), and (4) “upcycling” or activity to increase the symbolic value of long-lived clothes (Ericsson & Brooks 2014; Boscia 2014). The above four approaches are shown in a schematic form in Table 1.

This paper focuses on the first and second of the above kinds of groupings of propositions; that is, on new materialisms and traditional materialism. Intellectually, an interesting exercise is to map out the two kinds of approaches, as well as their starting points, logics and forms of argumentation for their adoption in textile fashion. On a more pragmatic note than that, such a mapping exercise

1) The author would like to thank Amanda Ericsson, Rudrajeet Pal, and Clemens Thornquist, as well as the editor of this journal, for discussions contributing to the writing of this article. This said, any remaining mistakes or shortcomings remain the sole responsibility of the author.

Table 1. Categorizing approaches for radical system-wide change.

<i>Products as permanent solutions</i>	“Upcycling second-hand clothes “	Traditional materialism
Temporary products	New materialisms	“Smart textiles” and “smart fashion”
	<i>Deconstruction</i>	<i>No deconstruction</i>

contributes to capabilities to put each of these approaches meaningfully in comparison, and in possible contrast, to the other approaches in Table 1 and to possible still other approaches.

This paper will not only specify to some of the ways that the new materialisms and traditional materialism relate to one another in both in theory and in practice. It will also propose how to rethink research and practice within and beyond textile fashion. Such rethinking includes showing how smart products and up-cycling are sub-approaches that extend from roots in the traditional materialistic approach and the new materialistic approach, respectively. Let us thus rethink what new materialisms and traditional materialism are, as well as what they have to offer for a sustainable future of textile fashion. Finally, let us then add new layers of significance such as deconstruction, temporary forms of product, smart products, and up-cycling.

THE NEW-MATERIALIST APPROACH

In contrast to traditional materialism that focuses on what is settled, fixed and permanent, the new-materialist approach assumes always “an aggregate whose elements vary according to its connections, its relations of movement and rest, the different individuated assemblages it enters” (Deleuze 1992, p. 282; Ahmed 2010, p. 256). The new materialist kind of aggregation allows also for considering immaterial artefacts within one Hjelmslevian “flat multiplicities” (Deleuze 1992, p. 9). Eschewing the negativity of traditional materialism that assumes a necessary choice between to manufacture and pollute, on the one hand, or not to manufacture and not to pollute, on the other hand, new materialism is an openly positive approach. In fact, the only thing negated is the idea of negativity itself (Deleuze 1994, p. 55; Cheah 2008, p. 151):

“It is not the negative which is the motor... Those who bear the negative know not what they do: they take the shadow for the reality, they encourage phantoms, they uncouple consequences from premises and they give epiphenomena the value of phenomena and essences... [T]he negative is an illusion, no more than the shadow of problems.”

There are at least two mutually complementary sub-approaches to how positivity is the road to healthy natural environment. These are “deconstruction” and “temporary products”.

Deconstruction

Deconstruction is one of the most extreme streams of new materialisms. It refuses altogether that manufacturing and distribution would involve any stabilized product form in the first place (Derrida 1978; cf. Cheah 2008, p. 144). Deconstruction takes it that to analyze a material “object” it is most illuminating to analyze in relation to a given “outside” that may or may not be material. To take the best known example of deconstruction, a text is not only a material form or object such as a letter or a book. It also reflects the times and contexts surrounding when it was written and when it is being read (Derrida 1978). This kind of a framing represents the text as a twin process of writing and reading, which intertwine into a “text-tile or woven” (Cheah 2008, p. 144-6; cf. Derrida 1978).

To understand how the material base is not all that matters in textile fashion, rethink of how a digital video game of the fashion world plays out. At its core, it is just code written by software coder rather than anything concrete, tangible or real in any traditional sense. At the same time (Farren and Hutchinson 2004):

“clothing and fashion for people who inhabit ‘virtual’ environments, interacting with other people in real time... involve extensive, long-term social interaction between participants. Unfortunately, the choice of ‘costume’ for the visual representation of each player, currently very limited, has become a frustration for [many of these participant-]individuals, and threatens to limit the social agency and growth of these environments.”

The above snippet of life and of the limits of textile fashion in virtual worlds is in line with how and why an increasing amount of philosophers and textile fashion researchers underline how any form is but “a diversion of life” (Deleuze & Guattari 1987, p. 499). Even economists now understand how a textile fashion does not at its heart always need to replicate finished forms that are settled. Rather taking inspiration from one of these economists, any form but momentarily suspends a continuous process of change (Ingold 2010):

“whether as images in the mind or as objects in the world... [a textile] seeks to join with those very forces that bring form into being. Thus the [fashion] line grows from a point that has been set in motion, as the plant grows from its seed.”

The essential relation in a world of life is thus not between materials and form. Rather, the essential relation is between material elements and forces of life (Deleuze and Guattari, 2004, p. 377). These forces exceed the life and death of any individual material form (Cheah 2008, p. 155).

Seen from these kinds of angles, despite being such an extreme version of new materialisms, deconstruction provides us elements with which to improve upon the health of the natural environment in concrete ways, to make our textile fashion more sustainable. Other ways to work towards freeing the natural environment from the current states of pollution textile fashion include to manufacture and to distribute increasingly temporary forms of product.

Temporary products

Temporary products offer a different kind of a starting point of analysis for rethinking than deconstruction. In viewing textile fashion as a series of temporary products, this sub-approach takes an equally radical and system-wide view of manufactured products that are traditionally considered stabilized and material as does deconstruction. In temporary products, the emphasis in textile fashion is on the relations and spaces in-between material textiles, wovens, and fibers, rather than on their material form and content. Within this context, the 'relations and spaces' refers not only what is in-between one textile, woven or fiber and another, but also those in-between one assembly of textile, woven and fiber and another across time. Consider, for example, how the market for cellular telephony has been reframed as a fashion market by a fashion consultant (Djelic & Ainamo 2005, p. 61):

“in the fashion industry, brands are not imposed on the consumer; they are found’. This fashion consultant went on, suggesting that “if you want to build a brand that stands on solid ground, you will need to use a more grassroots type of approach. You need people with influence in the fashion industry to believe in your brand and to spread your name by word of mouth. Their lifestyle will then be copied by other people’ (Kaufmann, 2003).”

Within the above kind of deconstruction and rethinking of temporary form as a viral process of social diffusion, no particular textile, item of fashion, just like no organism or organization, genuinely ever embodies life. Any of these will be the shell that merely traps and imprisons life, for a while, within a temporary organized form.

SMART TEXTILE FASHION AND UPCYCLING

In sum, in the above deconstructionist and temporary ways, new materialism is a framework to nurture ideas on how to deconstruct and represent on an on-going basis what is textile fashion, and what ought it to be. At its core, in the framework of this paper, “pure” new-materialist textile fashion does not exist in material form but as a series of in-between relations or spaces, which every reader or participant in a role such as that of a designer, manufacturer, marketer or consumer will understand differently. At the intersection of the relations or spaces, each temporary material product may appear meaningful for participants in a way that is worth preserving in a second life of the textile, woven, or fiber.

Even now, at a time when there ought to no longer to be pollution, and textile fashion orient toward radical and system-level change for a healthy natural environment, this kind traditional materialism in textile fashion remains like a living fossil. Rather than be activists to transform the system in radical and system-wide ways, many traditional-materialists are all too satisfied in calling for “negation” and protest (Marcuse 1991, p. 63) whereby textile fashion:

“contains the ‘rationality of negation. In its advanced positions, it is the Great Refusal – the protest against that which is.”

The treatment of cotton textile has included using chemicals to treat the emerging cotton textile material. Just as meanings and structures of words and sentences and other expressions can be tweaked as to what it is that we mean by what is object and what is outside, what is fixed entity and what is forever dynamic, so can one tweak what remains physical material in whole in part, of one kind of material or that of another. Within this context, in the case of a case approaching the borderline between new materialism and traditional materialist thinking, consider the following example (Kotler 2000, p. 223):

“when DuPont developed a new synthetic fiber for carpets, it demonstrated to carpet manufacturers that they could afford to pay DuPont as much as \$1.40 per pound for the new fiber and still make their target profit. DuPont calls the \$1.40 the value-in-use price. But pricing the new material at \$1.40 per pound would leave the carpet manufacturers indifferent. So DuPont set the price lower than \$1.40 to induce carpet manufacturers to adopt the new fiber. In this situation, DuPont used

its manufacturing cost only to judge whether there was enough profit to go ahead with the new product.”

In other words, the challenge has been that even participants who are ecologically aware, still cannot liberate themselves from thinking in traditional materialist ways. Emerging trends in research and practice in new materialisms and in challenging traditional materialism include the foregoing smart textile fashion and up-cycling, terms already mentioned in conjunction with Table 1.

Smart textile fashion

A material or product is considered “smart” when (Porter & Heppelmann 2014, p. 5):

“software replaces some hardware components”, or

“it enables a single physical device to perform at a variety of levels.”

Translated into textile and fashion, materialist fast urban fashion and negative conservativeness differs from immaterial and positive new-materialist consideration of ecological concerns (Edwards 2010). It is worth to have parameters in place for optimization (Hanna 2012).

Many examples of this kind of negation remind us of many varieties of social or linguistic constructionism and theories of performativity (Cheah 2008, p. 144). They represent the kind of activity that has as its in-built feature what Beauvoir (2012) has called “circularity”. Circularity in an economy operating with whatever currency becomes all the more intense the more materialization happens in recurring “series”, time after time, in social ensembles, in which each human individual is but one passive participant with others in a “collective”.

It is within this kind recurring cycles that materialization also in textile fashion becomes “practico-inert”; that is, circularity impinges upon human freedom and alters how individuals or groups of any size can act (Sartre 1968, p. 169, and Beauvoir 2012 in Kruks 2010, p. 261). Besides negativity, circularity and practico-inertia, a further feature of traditional materialism feature is the ordering of things resulting in a near-deterministic process of “futuring” (Fry 2009); that is, restructuring an immediately present but undesired reality with promises of change supposedly soon or later.

If we were to follow the above kinds of negative protest indefinitely, the end result would be to degenerate into a

state whereby each part-member would have a deterministic designated function with little vision of an integrated or systemic totality (Cheah 2010, p. 87). Practico-inert reification and materialization of artefacts would drive each other in a shifting chase, holding as its “two key features... first, the understanding of nature and history as law-governed processes that can be rationally understood instead of immutable metaphysical substances, and, second, the determination of these processes as processes with material existence that can be explained through empirical science” (Cheah 2008, p. 143). Organic, social and existential elements would merge and reinforce each other (Beauvoir 2012, p. 9) so that:

“... each reacts upon the others and is at the same time affected by them”.

Up-cycling

In response to the kind of degeneration that tends to go with smart textile fashion taken too far, variants of effective action under such conditions include down-cycling of appreciation for the supposedly new and improved, on the one hand, and “up-cycling” of second-class clothes, on the other hand (Ericsson & Brooks 2014). Rather than irresponsibly source new materials from the natural environment, up-cycling is a burgeoning sub-culture and fashion movement in London, Stockholm, New York, and elsewhere. Driven by an environmental concern with fast fashion and long life cycles of natural fiber, fiber is sourced from old clothes and ecologies of the artificial, rather than from the natural environment. With little burden on the health of the natural environment, natural and artificial are thus sourced from near the end of their life cycle in thrift stores and charity shops, and re-cut and re-sewn for second life (Ericsson and Brooks 2014, pp. 91-92).

In countries such as the United Kingdom and the United States, around 15 percent of old clothing is donated for recycling. The second-hand clothing system of provision includes doorstep collections, textile banks, crafting and handiwork practices, and local networks of sale. The revenue often is directed to fund community projects (Ericsson & Brooks 2014), to raise awareness (Albinsson & Perera 2012), or both, to contribute to reuse of clothes in a sustainable way.

Despite such steps towards sustainability, demand for used goods has gone down with the growing availability of value retailers’ low-cost fashion (a price category that is almost without exception manufactured in the developing

countries). The market for re-wearing and recycling second-hand clothes in affluent developed countries is limited, especially in comparison with the near endless growth of new-clothing consumption (Ericsson & Brooks 2014, p. 92):

“The vast majority of donated clothing is exported clothing is exported overseas and retailed in the developing world, via a trade pattern that is largely unknown among the general public. Across the globe, rich and poor people are intimately linked, as used clothes pass through networks of charitable and commercial exchange that trade second-hand clothes between continents (Rivoli 2012).”

“Second hand clothing is massively important in sub-Saharan Africa and difficult to appreciate for readers unfamiliar with the context. Countries such as Kenya, Mozambique, Uganda, Senegal and Zambia have major second-hand clothing markets”.

Given that natural fiber is both sourced and distributed at the end of its life cycle in developing countries, it is good design to close to loop. Indeed, there are instances of this already happening. For example (Ericsson and Brooks 2014, p. 94):

“In the Mozambiquen markets, some tailors do use a mixture of second-hand clothing together with the traditional capulanas (printed sarang) to add value and to produce something different for local consumers. [As a prime example of this still but new and emerging is to] use second-hand clothing imports as the basis to make desirable new commodities, taking old textiles and creating high-value, up-cycled, second-hand dresses... both questioning to the way fashion is made on a global scale, as well as contributing to the local design scene.”

In up-cycling, old clothes are used up toward the end of their life cycle in the very same countries from where especially natural fiber for textile fashion is originally sourced (Boscia 2014):

“Upcycling allows these old clothes to have a second life, rather than amassing in secondhand markets in developing countries or going into landfills.”

PROPOSITIONS FOR FURTHER RESEARCH, GUIDELINES FOR PRACTICE

This paper has inquired into sustainability issues in the global textile fashion industry. Resources, skills or wills for environmental protection have not always readily been found in this industry. In response to calls for radical system-wide change in how textile and fashion manufacturing and distribution are organized internationally, this paper has asked: What alternative approaches exist for bringing about the radical and system-wide change in textile and fashion? How to know which of such approaches is best?

Across research and practice, over time, we ought to develop techniques to treat natural and artificial fibers in second-hand clothes so that they will represent material equal to new material, at par with *de novo* natural and artificial fibers, or at least nearly so. We perhaps cannot yet even imagine how to do that, but a vision that such is our intent matters. When we will be able to repair second-hand fibers or regenerate totally new ones, this is when we will be able to smoothly migrate or move fibers from second-hand clothes into new textile fashion in the vision of new materialisms. We will have in place relations and spaces for a truly sustainable complex of textile fashion and natural environment.

Now, with the intention to be a thought piece on how to make textile fashion a more sustainable human pursuit than it is now, this paper is ready to extend propositions for further research and their corollaries for transfer into textile fashion practice:

Proposition 1. Textile fashion grows from what is already in motion, like a plant grows from its seed, but the seed need not be a material one.

Proposition 2. A temporary product may be just as meaningful and of worth for participants as fiber sourced from the natural environment.

Proposition 3. Smart textile fashion can negate textile fashion’s negative impact on the health of the natural environment, so that the outcome is positive.

Proposition 4. Natural and artificial fibers sourced from second-hand clothes can be treated into a source of fiber materially at par with *de novo* natural and artificial fibers.

Translated into practice, there are four guidelines that can be drawn from the above four propositions, already at this stage. Firstly, textile fashion ought not to consider natural or artificial fiber as the starting point of creativity, manufacturing and distribution, but to focus on the social processes of the participants that have key roles to bring textile fashion into being. One of the keys in taking up second-hand clothes as a source of raw material for textile fashion is to unlearn traditional social norms about what is good material for textile fashion.

Secondly, channeling meaningful and valuable software and other artificial assemblages into new diversions of life sustains meaningfulness and what is of worth for participants, while contributing to the health of natural environment. One Finnish company illustrates how upcycling is a process whereby “textile waste” goes through a “recycling process” that turns the waste into “pure waste” or raw material for the “textile industry” (Pure Waste Textiles 2014). In turn, the textile industry will churn out not only products but also textile waste, so that there is a closed loop.

Thirdly, any physical components that can be replaced with software will alleviate textile fashion’s burden on the natural environment. Finally, second-hand clothes are a plentiful and resource-efficient source of natural (and artificial) fibers for textile fashion producers, designers, and consumers. It would be great, if we could improve quality with treatment and reproduce quality rather than only to consume until all is total waste.

REFERENCES

- Ahmed, S. (2010) Orientations matter. In D. Coole & S. Frost (eds.) *New Materialisms: Ontology, Agency, and Politics*. Durham: Duke University Press.
- Albinsson, P. & Perera, B. (2012) Alternative marketplaces in the 21st century: Building community through sharing events, *Journal of Consumer Behavior*, 11(4): 303-315.
- Allwood, J.M., Laursen, S.E., Russell, S.N., Malvido de Rodrigues, C. & Bocken, N.M.P. (2008) An approach to scenario analysis of the sustainability of an industrial sector applied to clothing and textiles in the UK, *Journal of Cleaner Production*, 16:1234-1246.
- Allwood, C. K., et al. (2006) *Well Dressed? The Present and Future Sustainability of Clothing and Textiles in the United Kingdom*, University of Cambridge. Institute for Manufacturing, Cambridge
- Beauvoir, Simone de (2012) *The Second Sex*. New York: Random House.
- Boscia, T. (2014) Sustainable chic: College designers and scientists fashion a second life for textile waste, *Human Ecology*, Vol. 42, No. 1, 10.
- Cheah, P. (2008) Non-dialectical materialism, *Diacritics*, Vol. 38, (1-2) 143-157. (Reprinted in D. Coole & S. Frost, eds., (2010), *New Materialisms: Ontology, Agency, and Politics*. Durham: Duke University Press, 70-91.
- Chomsky, N. (2011) Crisis and hope: Theirs and ours, in Best, S. Kahn, R, Nocella AJ II & McLaren P (eds.) *The Global Industrial Complex: Systems of Domination*, New York: Lexington Books, 1-24.
- Coole, D. & Scott, S. (eds.) (2010) *New Materialisms: Ontology, Agency, and Politics*. Duke University Press.
- Deleuze, G. (1994) *Difference and Repetition*. Translated by P. Patton. New York: Columbia University Press.
- Deleuze, G. (1992) Ethnology: Spinoza and Us, in J. Crary and S. Kwinter (eds.) *Incorporations*. New York: Zone Books, 628-633.
- Deleuze, G. & Guattari, F. (1988) *A Thousand Plateaus: Capitalism and Schizophrenia*. Trans. B. Massumi. Minneapolis: U of Minnesota Press.
- Derrida, J. (1978) *Writing and Difference*. Chicago: University of Chicago Press.
- Djelic, M-L. & Ainamo, A. (2005) The telecom industry as cultural industry? The transposition of fashion logics into the field of mobile telephony, *Research in the Sociology of Organizations*, 23, 45-80.
- Edwards, J. (2010) The materialism of historical

- materialism, in D. Coole & S. Frost (eds.), *New Materialisms: Ontology, Agency, and Politics*. Durham: Duke University Press: 280-298.
- Ericsson, A. & Brooks, A.** (2014) African second-hand clothes: Mima-te and the development of sustainable fashion, in K. Fletcher & M. Tham (eds.), *Routledge Handbook of Sustainability and Fashion*. London: Routledge: 91-99.
- Farren, A. & Hutchison, A.** (2004) Digital clothes: Active, dynamic, and virtual textiles and garments, *Textile: The Journal of Cloth and Culture*, 2(3): 290-306.
- Fletcher, K.** (2013) *Sustainable Fashion and Textiles: Design Journeys*. London: Routledge
- Fry, T.** (2009) *Design Futuring: Sustainability, Ethics and New Practice*. New York: Berg.
- Gereffi, G. & Frederick, S.** (2010) The global apparel value chain, trade and the crisis: challenges and opportunities for developing countries, *Policy Research Working Paper*, Washington D.C.: World Bank.
- Hanna, R.** (2012) Parametric tools in architecture: A comparative study, *Design Research*, 12(1): 39-47.
- Hemmings, J.** (ed.) (2012) *The Textile Reader*. New York: Berg.
- Ingold, T.** (2010) The textility of making, *Cambridge Journal of Economics*, 34 (1): 91-102.
- Jonson, L.** (2012) Many design challenges in the health care sector, *Design Research*, 12(1): 4-8.
- Kaufmann, L.** (2003) *Xelibri: A Siemens Mobile Adventure*. Case 303-074-1 European Case Clearing House.
- Kotler, P.** (2000) *Marketing Management Millennium Edition*, Tenth Edition. Prentice-Hall.
- Karft, K.** (2004) Textile patterns and their epistemological functions, *Textile: The Journal of Cloth and Culture*, 2(3): 274-289.
- Kruks, S.** (2010), Simone de Beauvoir: Engaging discrepant materialism, in D. Coole & S. Frost (eds.), *New Materialisms: Ontology, Agency, and Politics*. Durham: Duke University Press, 258-280.
- Moor, T., A. Weber-Mann, A. & Häberle, J.** (2012) An aesthetic approach to the use of textiles in architecture, in J. Redström, A. Valtonen & H. Wiltse (eds.) *DRS 2012 Design's Big Debates: Pushing the Boundaries of Design Research*, Umeå: Umeå Institute of Design /Design Research Society.
- Marcuse, H.** (1991) *One-Dimensional Man: Studies in the Ideology of Advanced Industrial Society*. 2d ed. Boston: Beacon, 1991.
- Niinimäki, & Hassi, L.** (2011) Emerging design strategies in sustainable production and consumption of textiles and clothing, *Journal of Cleaner Production*, 19(16): 1876-1883.
- O'Connor, K.** (2010) How smart is smart? T-shirts, wellness, and the way people feel about "medical" textiles, *Textile – The Journal of Cloth & Culture*, 8(1): 50-66.
- Porter, M.E. & Heppelmann, J.E.** (2014) How smart, connected products are transforming competition, *Harvard Business Review*, Nov.
- Rivoli, P.** (2009) *The Travels of a T-shirt in the Global Economy: An Economist Examines the Markets, Power and the Politics of World Trade*. London: John Wiley.
- Quinn, B.** (2010) *Textile Futures: Fashion, Design and Technology*, by B. Quinn. Oxford: Berg.
- Sartre, J.-P.** (1968) *Search for Method*. Translated by H.E. Barnes. New York. Vintage Books.
- Tang, S. & Stylios, G.K.** (2006) An overview of smart technologies for clothing design and engineering, *International Journal of Clothing Science and Technology*, 18(1-2):108-128.

Här presenteras avhandlingar och böcker inom designområdet. Har du sett något du tycker Design Research Journal borde skriva om?

Tipsa oss gärna på:
designresearchjournal
@svid.se

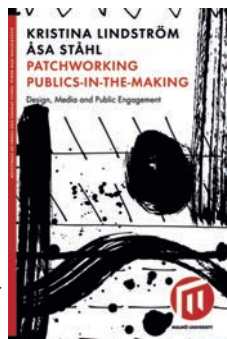
Nyutexaminerade

Li Jönssons avhandling *Design Events: On explorations of a non-anthropocentric framework in design* laborerar med olika former av händelser för att rikta om fokus, bort från det traditionella människocentrerade sättet att närma sig designobjekten. Både studier av fåglar och medskapande designprocesser ingår i det digra forskningsarbete hon redovisar.

Kristina Lindström och Åsa Stål har tillsammans lagt fram avhandlingen *Patchworking publics-in-the-making* inom ämnena interaktionsdesign och

PATCHWORKING PUBLICS-IN-THE-MAKING

Författare:
Kristina Lindström & Åsa Stål
Utgivare:
Konst, kultur och kommunikation (K3), Malmö högskola, 2014



medie- och kommunikationsvetenskap. De två forskarna har utgått från ett gemensamt konstverk, en mobil syjunta dit de bjudit in människor att brodera SMS. Allt för att studera interaktion och samarbete i industrisamhället.

Noor Adila Mohd Rajilis licentiat- uppsats *Practices and Knowledge Creation in Jewellery Design* handlar om att identifiera "vad" kunskapsutövare besitter för färdigheter, "hur" de kom över denna kunskap och "hur" kunskapen överförs till kreativa och innovativa bidrag inom smyckesdesign.

DESIGN EVENTS – On explorations of a nonanthropocentric framework in design

Författare:
Li Jönsson
Utgivare:
Det Kongelige Danske Kunstakademis Skoler for Arkitektur, 2014



PRACTICES AND KNOWLEDGE CREATION IN JEWELLERY DESIGN

Författare:
Noor Adila Mohd Rajili
Utgivare:
Designhögskolan, Lunds universitet, 2014



Vad händer inom den konstnärliga forskningen?

För den som vill följa vad som händer inom den konstnärliga forskningen i Sverige är *Metod-Process-Redovisning* en utmärkt hjälp. Den nästan 250



METOD-PROCESS-REDOVISNING
Konstnärlig forskning Årsbok 2014
Redaktör: Torbjörn Lind
Utgivare: Vetenskapsrådet 2014

sidor tjocka skriften kallas årsbok (den aktuella är således för 2014) innehåller artiklar och rapporter om den fortsatta utvecklingen av konstnärlig forskning i Sverige. Både innehålls- och layoutmässigt är "Metod-Process-Redovisning" en både pedagogiskt upplagd och läsvänlig publikation. Grafiskt läcker, helt enkelt.

Här diskuteras både metoder och forskningsresultat. Texterna är dubbelpråkiga vilket gör det möjligt att hänga med även för den som inte är så van att läsa forskningstexter på engelska. Bland de fyra projekt som redovisas lite mer ingående, samtliga finansierade av Vetenskapsrådet, finns "Former för hållbarhet". Johan Redström, professor vid Designhögskolan i Umeå, beskriver en lite annorlunda undersökning av hur frågor kring hållbar utveckling påverkar sättet

att se på design. "Istället för att fråga oss vad design kan göra för att skapa en mer hållbar utveckling, ställde vi oss frågan vad problematiken kring hållbar utveckling kan göra för design. Grunden för detta är en önskan om en kritisk designforskningspraktik, ett sätt att arbeta med den ämnesmässiga utvecklingen av området genom experimentell design." Intressant.

En annan artikel, av högskolelektorn vid Konstfack Roland Ljungberg och Emma Göransson, har vatten som tema och beskriver arbetet med att ta fram en park för hållbar utveckling.

Härmed efterlyses: En liknande satsning inom designforskningsområdet som populariserar, förklarar och också sammanfattar läget samt gör det överblickbart både för forskare och lekmän.

Lotta Jonson

Ikea och Sverige bilden

Ikeas betydelse för Sverige och Sveriges betydelse för Ikea är ett huvudspår i Sara Kristofferssons genomlysning av företaget, detta svenska slagskepp på den globala scenen. Boken hon skrivit heter *Design by Ikea – A Cultural History* och ges ut av det brittiskt-amerikanska förlaget Bloomsbury.

Sara Kristoffersson är gästprofessor på Konstfack. Boken om Ikea är resultatet av det forskningsprojekt hon bedrev där 2010-13: "Svensk design? Om Ikeas estetik på 1980- och 90-talet, export av 'svensk design' och nationella myter".

Genom åren har Ikea varit föremål för en rad studier främst ur management- och businessperspektiv. Där emot är det förvånansvärt få som tittat på hur Ikea påverkat möbelkulturen globalt. Inte heller har någon koncentrerat sig på den identitetsskapande roll företaget spelar och fortfarande spelar. Mycket i boken handlar nämligen om hur Ikea, som inte bara säljer produkter med hjälp av blågula flaggor utan också i stor utsträckning åter-

DESIGN
BY IKEA –
A Cultural
History
Författare:
Sara
Kristoffersson
Utgivare:
Bloomsbury,
2014



använder, speglar och reproducerar nationella stereotyper och berättelser, inte minst den om det demokratiska Sverige. Praktiskt taget alla svenskar, jo, jag vågar påstå det, har en relation till Ikea även om de inte kör dit varje helg. Problemet med all denna "desinformation" är större än vi anar – det präglar oss på mer subtilt sätt. Vi ser det inte själva, vi går på myterna utan att reflektera. Det vore verkligen tacknämligt om någon ville satsa på en svensk utgåva. Det här är läsning för alla.

Lotta Jonson

Viktigt perspektiv

Historien kan hjälpa oss att vidga perspektiven och se nuet med nya ögon. Just nu pågår en utställning på Livets museum i Lund. "Hjälp att andas". Den visar hur respiratorns utseende och bakomliggande teknik gått fram genom åren.

I dagens värld när teknikutveckling ibland möts med skepsis är det faktiskt befriande att få svart på vitt om hur mycket gott den fört med sig. All miljöförstöring till trots.

Th, överst: Den första respiratorn skapad av infektionsläkaren Carl-Gunnar Engström år 1950. Jämför med en variant från idag, Philips V60 (th), producerad av irländska företaget Dolmen.



FOTO:EMMA KRANTZ/KULTUREN

Interaktion på DRS

Design's Big Debates var temat för årets stora designforskningskonferens DRS (Design Research Society) 2014 i Umeå i mitten av juni. Omkring 400(!) delegater samlades under fyra dagar för att diskutera de största designutmaningarna inför framtiden.

Kanske lockades så många till Umeå av det ovanliga formatet. Istället för sedvanliga papers presenterades hela uppsatser och de sedvanliga huvudtalarna ersattes av tre stora debatter, där två föredragshållare intog motsatta ståndpunkter – allt för att skärpa frågeställningarna. Ämnena för de stora debatterna var: *Life Hacking* med frågor som "Vilka nya frågor dyker upp om utgångsmaterialet skiftar från atomer till celler?", *No Future* där diskussio-



nen handlade om det faktum att design sägs handla om framtiden men ofta bidrar till att behålla status quo samt *Open Worlds* där man bland annat diskuterade om öppna källkoder och globala nätverk kan stimulera innovationsklimatet och öka demokratin.

Före och efter debatterna fick publiken genom handuppräckning visa om de låtit sig övertygas eller bara kände sig obeslutsamma eller förvirrade.

Th, Anna Valtonen, dåvarande rektor för Designhögskolan i Umeå 16–19 juni, under slutdebatten. Hon var en av värdarna för DRS 2014, Design Research Societys sjunde konferens.

Enligt *Stella Boess* från Nederländerna som recenserar DRS2014 på nätet var omdömet bland deltagarna: "Vänligt, innovativt och effektivt – typiskt svensk." *Lin Lin Chen*, designforskare från Taiwan, menade dessutom att arrangörerna hade "gjort ett bra jobb genom att ta fram en prototyp för framtida designforskningskonferenser".

Flera av programpunkterna finns fortfarande att se och höra på Design Research Societys webbplats. Till glädje för alla designintresserade som inte hade möjlighet att närvara alltså. Gå in på www.drs2014.org.

Lotta Jonson

Quality of life

Det ihållande höstregnet kändes kanske inte direkt välkomnande för de över 500 deltagarna som kommit från hela världen för att delta i den sjunde internationella Service Design-konferensen som hölls på Münchenbryggeriet i Stockholm 7–8 oktober.

Men, vädret till trots, så var stämningen hög och det gick inte att undgå den förväntan som fanns i lokalerna när första dagen drog igång med öppna föreläsningar av en rad prominenta internationella gäster. Vi fick lyssna till *Mark Levy*, internationell chef för Employee Experience på Airbnb, *Stan Phelps*, författare och kunnig vad gäller framtida kundbeteenden, *Kigge Mai Hvid*, specialist inom området design och innovation, och *Fred Leichter*, som forskat om servicedesign vid bland annat Stanford-universitetet.

Konferensen erbjöd möjligheter att dela tankar och bidra till det växande området tjänstedesign på global nivå. De nordiska nätverken, med det svenska i spetsen, har under det senaste året samskapat fram konferensen som hade temat "Quality of life". Det var också den största hittills. Blandat med djuggående parallella workshops fanns även utrymme för flera plenumföreläsningar om bland annat Systembolagets arbete med tjänstedesign, Policy Design lab i Storbritannien, den norska modellen för tjänstedesign, varvat med inspirationsföreläsningar av en tibetansk munk och medarbetare från Kaiser Permanente, en organisation som på flera plan verkar för att förbättra människors hälsa, bland annat genom forskning.

SVID deltog som partner i konferensen genom att anordna en "Design Challenge" där syftet med workshoppen

var att ge en inblick i hur designprocessen kan användas i statligt utredningsarbete, i detta fall i SOUTredningen kring betalningsansvarslagen. Deltagarna i utmaningen fick vara med i en designprocess som leddes av det svenska forsknings- och designföretaget Antrop. I diskussionerna belystes bland annat vikten av att jobba med en trygg utskrivning och hemmasituation och hur man på bästa sätt kan förbättra vården hemma hos patienten.

Eva-Karin Anderman



T v: Erik Hammarström, Antrop, presenterar åttioårige Bertils patientresa för workshopdeltagarna. T h: Från designföretaget Antrops och SVIDs workshop på SDGC2014 Design Challenge.



Miljoner till Smart Textiles och Textilhögskolan

I början av september gav Vinnova Smart Textiles 15 miljoner kronor för fortsatt utvecklingsarbete.

– Inte överraskande med tanke på det positiva resultatet av en internationell utvärdering som gjorts. Men mycket tillfredsställande, säger rektor *Björn Brorström*.

Bara några dagar senare meddelade skolan att en ansökan från Textilhögskolan och Smart Textiles till inter-

nationella nätverket Arcln Tex beviljats. Högskolan i Borås är initiativtagare till Arcln Tex, som inriktar sig på att länka samman arkitektur, textildesign, modedesign och interaktionsdesign. Det betyder ytterligare 35 miljoner kronor och 15 nya doktorandtjänster under fyra år.

– Det är en viktig milstolpe för Smart Textiles-miljön, säger *Erik Bresky*, processledare för Smart Textiles.



FOTO: ANNA SIGGE

Vänta och se

– Forskningen ska hjälpa till att nå de politiska målen. Den ska öka sysselsättningen, öka jämlikheten. Bidra till en samhällsutveckling, ge kunskap om oss själva och oss samhälle. Forskningen måste användas till att göra saker och ting bättre för människor. Forskning hänger ihop med nyfikenhet. Och nyfikenheten är en av människans mest grundläggande drivkraft.

Så sade *Helene Hellmark Knutsson* (S), Sveriges nya minister för högre utbildning och forskning, i en intervju gjord av *Camilla Widebeck* på Vetenskapsradion för en tid sedan. Hellmark Knutsson poängterade särskilt vikten av den forskning som är knuten till sjukvården. Den kan påverka inte bara förutsättningarna för människors liv utan gynnar hela life science-industrin.

Helene Hellmark Knutsson var tidigare landstingspolitiker och har arbetat på LO. Däremot har hon ingen stor, egen erfarenhet varken av akademiska studier eller akademisk forskning – något kritiker gärna påpekade när hon tillträdde. Fast själv tar hon ganska lätt på invändningarna. Hennes uppgift som politiker handlar ju om att stimulera andra och skapa förutsättningar för ett bra forskningsklimat, inte att forska själv.

ETT ÄMNE SOM berördes i intervjun var samverkan mellan näringsliv och akademi.

– Just det samarbetet, mellan näringsliv och universitet, fungerar bra i Sverige. Jag vill fortsätta att understödja det samverkansarbetet. Det är också viktigt att näringsliv och offentlig sektor arbetar tillsammans så att vi kan få en bättre offentlig sektor. Det man lär sig i forskningsvärlden måste komma människor till del, tycker forskningsministern.

Hon lovade också bättre förut-



FOTO: SÖREN ANDERSSON/REGERINGSKANSLIET

sättningar för unga forskare, det vill säga fler fasta anställningar i stället för utdragna perioder med tillfälliga anslag

I den regeringsförklaring som regeringen formulerade inför regerings-skiftet finns flera punkter som berör forskarsamhället.

En handlar om att andelen kvinnliga forskare ska öka och anslagen fördelas jämställt. Men enligt forskningsministern är det inte läge för någon kvotering.

Dessutom ska basanslagen till forskningen på högskolorna höjas och mer pengar gå till arbetsmiljöforskning. Allt enligt regeringsförklaringen.

Ett innovationsråd med statsministern som ordförande ska också inrättas.

– Forskningen är en viktig del av innovationspolitiken. Det är där som nya tankar, nya idéer och nya kunskaper kan komma fram, det vill säga sådant som sedan kan användas till nya innovationer och utveckling av näringsliv och offentlig sektor. Jag utgår från att forskningen kommer att vara en naturlig del i innovationsrådet, kommenterade Helene Hellmark Knutsson.

T v: Helene Hellmark Knutsson (S), Sveriges nya minister för högre utbildning och forskning,

HÄR PÅ Design Research Journal undrar vi förstås hur Helene Hellmark Knutsson ser på vårt område.

Kan design och designforskning räkna med ett större intresse och ökat stöd från den nya regeringen?

– Design och designforskning är viktiga områden, som hjälper våra samhällen att utvecklas och individerna i dem att växa, svarar Helene Hellmark Knutsson.

– Design och designforskning är också områden som nära anknyter till innovation och forskningens samverkan med det omgivande samhället. Just nu är vi i startgroparna för arbetet med nästa stora forskningsproposition som kommer att verka för långsiktiga spelregler för forskningen. Hur olika forskningsområden ska prioriteras inom den har vi inte påbörjat diskussionen om ännu.

Hur blir det då med innovationsrådet? Ser forskningsministern designkunskap/designmetodik/designforskning som en möjlig, kanske rentav självklar, del av innovationsrådets verksamhetsfält?

– Utformningen av innovationsrådet är inte klar och just nu diskuteras själva organisationsformerna. Därför går det inte redan nu att säga vilka fält som kommer att beröras extra mycket av innovationsrådets arbete. Men klart är att rådet kommer att arbeta brett för att stärka innovationsklimatet i Sverige. Det tillhör näringsdepartementet, men jag som minister för högre utbildning och forskning kommer också att sitta med, förklarar ministern vidare.

Med andra ord, vi får vänta och se.

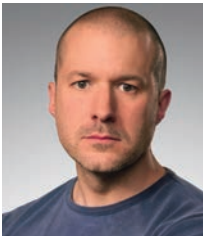
Lotta Jonson

Tragiskt?

Londonfödd *Jonathan Ive*, designchef på Apple är bekymrad. Designskolornas utbildningar är usla, menar han.

– Och de blir bara sämre, sade han under en diskussion på Londons Design Museum nyligen.

Själv studerade han industridesign vid Newcastle Polytechnic (numera Northumbria University) på 1980-talet, flyttade till Kalifornien och började arbeta på Apple 1992.



En bekymrad Jonathan Ive vid sidan av en av Apples allra senaste produkter: Apple Watch.

Han söker ofta bland nyutexaminerade för att hitta unga förmågor till Apples stall. Men nej, dagens designundervisning är för dålig. Studenterna förlitar sig alldeles för mycket på sina digitala redskap. Den skulpturala känslan och förmågan att ta fram tredimensionella ting har gått förlorad. Skolorna drar ner på allt som kostar, hellre på billiga datorer än dyra workshops, påstår Ive.

– Att man kan tillbringa fyra år av sitt liv åt att studera utformningen av tredimensionella objekt och sen inte kunna gestalta ett... Tragiskt!

Stämmer det i Sverige också?

Lotta Jonson

Design av tjänster

Samtidigt som detta nummer utkommer pågår Service Convention Sweden 2014 i Karlstad. Där möts för första gången världsledande forskning och praktisk tillämpning och ledarskap för att diskutera "Värdeskapande genom tjänster". Målsättningen är ökad kunskap inom traditionell tjänstesektor, men även inom andra branscher där tjänster står i fokus. Design Research Journal är på plats. Läs mer på: serviceconventionsweden.se

7–9 JANUARI

ICoRD'15

BANGALORE, INDIEN

5th *International Conference on Research into Design* (ICoRD'15) ingår i en serie konferenser i Indien avsedda att hållas vartannat år. Här samlas det internationella designsamfundet från olika områden av praxis, undervisning och forskning för att visa upp spjutspetsforskning om design. Och för att skapa en plattform för samverkan, samarbete och utveckling i samhället för att förverkliga en vision om ett bättre sådant.

cpdm.iisc.ernet.in/icord15/

12–14 JANUARI

ICDC2014

BANGALORE, INDIA

3rd *International Conference on Design Creativity*. "Designkreativitet" är, enligt arrangörerna, lösningen för att ta itu med sociala samhällsproblem men ska också stödja vår uppskattning av skönhet och välbefinnande. Följande frågor ska studeras: kognitiva processer bakom designkreativitet, beräkningsmodeller och praktiska processer för att integrera mänskliga och sociala dimensioner.

<http://www.cpdm.iisc.ernet.in/icdc2014/#/overview.php>

26–27 JANUARI

8th Design Theory SIG

PARIS, FRANKRIKE

Design teori är ett etablerat forskningsområde där många resultat visar på behovet av en förnyelse vad gäller metoder och frågeställningar. Bland annat ska designteoriens möjlighet att dra nytta av grundläggande framsteg inom matematik, logik, semantik, kognitionsvetenskap med flera andra områden diskuteras.

<https://www.designsociety.org/theory-sig>

2–4 MARS

CIRP2015

HAIFA, ISRAEL

Den 25:e CIRP-konferensen om design och innovativt produktskapande arrangeras av *International Academy for Production Engineering* (CIRP) och tar upp design teorier, metoder, IT-verktyg och deras praktiska tillämpningar under de senaste decennierna. Konferensen är ett tekniskt forum för forskare, praktiker inom industrin och beslutsfattare för att utbyta idéer, dela forskningsresultat och diskutera olika designfrågor.

<http://www.cirp.net/>

25–27 MARS

RTD2015

CAMBRIDGE, STORBRIANNIEN

Den andra *Research Through Design*-konferensen syftar till att sätta materialiteten inom designforskningen i fokus och placerar artefakter och processer i centrum. Inom RTD-temat finns ett brett utbud av discipliner: produkt-, interaktion-, servicedesign, textilformgivning, hantverk, smyckedesign, mode, arkitektur, inredning, film samt även områden som människa-dator-interaktion, syntetisk biologi med mera.

<http://researchthroughdesign.org>

6–9 APRIL

ARCC

CHICAGO, USA

Forskningskonferensen ARCC handlar om framtida forskning inom arkitektur, design och byggd miljö. Tekniska förändringar (nya material, byggnadstekniker med mera) har påskyndat behovet av förnyelse.

<http://www.arcc2015.com/>

22–24 APRIL

EAD 11

PARIS, FRANKRIKE

11th *International European Academy of Design Conference* med tema: "The Value of Design Research"

<http://thevalueofdesignresearch.com/>

18–20 MAJ
PIN-C 2015

HAAG, NEDERLÄNDERNA

4th Participatory Innovation Conference (PIN-C 2015) har temat: *Reframing design* och ska undersöka betydelsen av användarmedverkan när det gäller innovations- och designfrågor i hela samhället. Konferensen vill nå bortom det typiska designbegreppet och visa på nya områden, utmaningar och strategier.

<http://sites.thehagueuniversity.com/pinc2015/home>

21–22 MAJ
DESRIST 2015

DUBLIN, IRLAND

Denna tionde *International Conference on Design Science Research in Information Systems and Technology* (DESRIST) samlar forskare och praktiker, som är engagerade i alla aspekter av vetenskaplig designforskning med särskild tonvikt på att vårda ett symbiotiskt förhållande mellan forskare och praktiker inom en rad områden: hälsovård, business, hållbarhet med mera.

<http://desrist2015.computing.dcu.ie>

3–7 JUNI
Cumulus Milan 2015

MILANO, ITALIEN

Konferensen har titeln *The Virtuous Circle of Design* och temat "Designkultur och experiment". Den pågår samtidigt som EXPO Milan 2015 (*Feeding the Planet, Energy for Life*) pågår. Följande frågor kommer att diskuteras: Vilken typ av kultur uppstår i och med nya designmetoder? Hur kan denna nya kultur kopplas ihop med formtraditioner från förra seklet? Kan detta skapa en hållbar designkultur under 2000-talet?

<http://cumulumilan2015.org>

7–10 JUNI
Nordes 2015

STOCKHOLM, SVERIGE

Den 6:e nordiska designforskningskonferensen, Nordes. Tema: *Design Ecologies*. Diskussioner kring den hotade biologiska mångfalden, klimatförändringar och det faktum att naturliga och artificiella system inte får uppfattas som isolerade verkligheter.

nordes.org/nordes2015

8–12 JUNI
MSEC 2015

CHARLOTTE, USA

Den 43:e *SME North American Manufacturing Research Conference* (NAMRC) och *ASME Manufacturing Science and Engineering Conference* (MSEC 2015) bildar ett internationellt forum för tillämpad forskning och industriella tillämpningar inom tillverkning och design. På dagordningen står teoretiska och tekniska presentationer, expertpaneler, studentpresentationer, utställning, karriärforum med mera.

<http://namrc-msec-2015.uncc.edu>

17–19 JUNI
PLATE 2015

NOTTINGHAM, STORBRIANNIEN

Första internationella konferensen för att undersöka *Product Lifetimes and the Environment* (PLATE) inom ramen för hållbar utveckling. Här presenteras aktuell forskning om hur och varför produkters ökade livslängd har blivit en viktig del av resurseffektiviteten, avfallsminskningen och andra strategier för att minska koldioxidutsläpp – allt för att skapa ett hållbarare samhälle.

Allt detta ur ett tvärvetenskapligt perspektiv inklusive design, geografi, antropologi, företagsledning, ekonomi, marknadsföring och konsumentbeteende, sociologi och politik.

http://www.ntu.ac.uk/plate_conference/index.html

28–30 JUNI
LearnxDesign2015

CHICAGO, USA

3:e internationella konferensen för forskning om designutbildning med en rad ämnen i alltfrån teoribildning till praktisk tillämpning.

<http://www.learnxdesign2015.com>

27–31 JULI
ICED15

MILANO, ITALIEN

20:e internationella konferensen om design och konstruktion.

Tema: Design för livet.

iced2015.org

4–7 AUGUSTI
IEMCA 2015

KOLDING, DANMARK

Tema: *Living the material world*.

Konferensen vill sammanföra det internationella samfundet för forskare inom ämnet etnometodologi. Konferensens breda tema innehåller diskussioner kring läge, rumslighet och rörlighet; objekt och artefakter; design och tillverkning; skapande och lärande; data och metoder för representation och analys med mera.

<http://iemca2015.com>

Våga utmana oss själva!

Mobile World Congress i Barcelona. Ericssons vd håller årets största publika presentation för kunder, analytiker och media. Det är en normal tillställning med inbjudna gäster på scenen, trendspaningar och utvalda produktpresentationer. Inte heller den sista programpunkten sticker ut: Ericsson Research presenterar ett exempel på vad framtidens mobila infrastruktur kan komma att handla om. Men de två som kliver upp på scenen är en designer och en spelutvecklare – under-teknad och en kollega. Tillsammans med en arkitekt, en industridesigner samt en ”human researcher” har vi utvecklat ett koncept som beskriver nästa generations mobilnät, 5G. Även om vi inte gjort allt själva, alla timmar av diskussioner med olika experter på företaget går inte att räkna, så är detta ett designdrivet projekt. Design som ett sätt att definiera riktningen för tung teknisk infrastruktur. Hur gick detta till? Två tydliga förändringar under de senaste decennierna har otvetydigt spelat stor roll.

För det första uppmärksammas och uppskattas designområdet mer av allt fler idag. Designbegreppet är mer allmänt känt och väldesignade artefakter har blivit tillgängliga för en större allmänhet. Utvecklingen kan även förklaras ekonomiskt. Som tidskriften *The Economist* skriver: *”--- skilled design work accounts for a larger share of the value of trade, leading to what economists call ‘premature de-industrialisation’ in developing countries.”* En inte helt vansinnig slutsats är att om design blivit vidare känt för att bidra till ett mervärde (alltså inte bara ekonomiskt) kommer

det automatiskt att leda till att fler vill inkludera design på olika sätt i sin verksamhet.

Den andra förändringen handlar om utvecklingen av informations- och kommunikationstekniken, IKT. Sedan mitten på 1980-talet har den digitala tekniken fullkomligt rusat fram. Idag är datorer nästan onödiga; vi använder oss i allt större utsträckning av smartphones och tablets. Webbens framväxt har varit minst sagt omvälvande. Se bara hur vi inhämtar information, använder tjänster, handlar, kollar på film och tv, umgås och så vidare med hjälp av IKT – i allt större utsträckning. Snart kan IKT dessutom sömlöst ”vävas in” i objekt som inte alls behöver se ut som smartphones eller datorer överhuvudtaget. Det här innebär att tekniken även har börjat färga av sig på områden vi tidigare inte ansett vara speciellt digitala, något som innebär nya utmaningar.

När vi upptäcker att vi kan utveckla allt fler områden med hjälp av designprocessen och gränserna mellan analog och digitala material suddas ut, kan även de föremål vi förväntas ta fram förändras. Det är en naturlig effekt av att materialen för att skapa och forma artefakterna blir fler och mer olika till sin natur. Redan idag ser vi teknik som tillåter mjuka, formbara, strömsnåla skärmar och andra nya fysiska material men även en mängd nya sätt att interagera med denna teknik: gester, ljud för att nämna några. Samtidigt innebär detta ibland en förtur för dem som redan behärskar de nya materialen, vilket riskerar att hålla kvar en mängd förhärskande ”sanningar” om hur dessa bör formas. Ett exempel

är hur området HCI (human computer interaction) länge präglat synen på hur IKT ”bör” utformas. HCI praktiserar ett starkt användarfokus med stor vikt på metoder och processer för att mäta interaktion och användbarhet och har lämnat ytterst lite utrymme för diskussioner om design och estetik. Nu när IKT inkluderas i allt fler sammanhang blir HCI ett allt skevare sätt att betrakta IKT på – en utmaning alltså för den som arbetar designmetodiskt. Det behövs helt enkelt nya grepp för att skapa meningsfulla artefakter i vilka IKT ingår. De senaste åren har en mer designorienterad syn på hur vi ska forma dessa vuxit fram, något som tidigare nästan inte alls accepterats inom IKT.

Design har en unik förmåga att skapa mening och värde. Att använda designmetoder kommer att vara ett alltmer relevant arbetssätt i framtiden. För att detta ska ske måste vi fortsätta våga utmana såväl de nya uppdragen, artefakterna och materialen. Och framför allt oss själva.

Cristian Norlin



Cristian Norlin har en MA från Royal College of Art, London och arbetar som Master Researcher på Ericsson Research User Experience Lab.



Stiftelsen
Svensk
Industridesign

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